Deutscher Bundestag
12. Wahlperiode

Drucksache 12/8587

20. 10. 94

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1994
– Medienbericht 1994 –

Zugeleitet mit Schreiben des Bundeskanzlers vom 20. Oktober 1994 gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 12. März 1976 – Drucksache 7/4770 –.



Inhaltsübersicht Seite

Redaktionelle Hinweise und Abkürzungen 13

Ergebnisse im Überblick 23

A. Einleitung 57

I. Gegenstand und Aufgabe des Berichts 57

II. Medienpolitisch relevante Entwicklungen 57

III. Rechtskompetenzen von Europäischer Union, Bund und Ländern 59

B. Darstellung der Medien 60

I. Gesamtwirtschaftliche Position der Medien 60

1 Medien und Medienleistung aus funktionaler Sicht 60

2 Institutionelle Eingrenzung des rechnerisch als Mediensektor erfaßten Wirtschaftsbereiches 60

3 Maßstäbe der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung und Übersichten der Hauptergebnisse aus ihrer statistischen Umsetzung 61

II. Presse 78

1 Rechtliche Rahmenbedingungen der Presse 78

2 Zeitungen 78
2.1 Zeitungsmarkt in den alten Bundesländern 78
2.1.1 Abonnement- und Straßenverkaufszeitungen 78
2.1.2 Überregionale Tageszeitungen 84
2.1.3 Sonntagszeitungen 85
2.1.4 Fremdsprachige Tageszeitungen 85
2.2 Umbruch in den neuen Bundesländern 85
2.2.1 Zeitungsangebot in der DDR 85
2.2.2 Publizistischer Wandel unter neuen politischen und wirtschaftlichen Bedingungen 86
2.2.3 Privatisierung der Zeitungsverlage 88
2.3 Wirtschaftliche Entwicklung 88
2.4 Kooperationen 103

3 Zeitschriften 104
3.1 Allgemeiner Überblick 104
3.1.1 Strukturelle und wirtschaftliche Entwicklung 104
3.1.2 Strukturwandel auf dem Zeitschriftenmarkt Ost 105
3.2. Entwicklungen in ausgewählten Zeitschriftengattungen 112
3.2.1 Anzeigenblätter 112
3.2.2 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug 113
3.2.3 Nachrichtenmagazine/Politische Wochenblätter 114
3.2.4 Unterhaltende Publikumszeitschriften 114
3.2.4.1 Illustrierte 118
3.2.4.2 Frauenzeitschriften 118
3.2.4.3 Programmzeitschriften 119
3.2.4.4 Special-Interest-Zeitschriften 119
3.2.5 Fachzeitschriften 119
3.2.6 Konfessionelle Presse 123
3.3 Bestandsentwicklung der Periodika in „Die Deutsche Bibliothek" 127

Seite

4 Buchmarkt 127
4.1 Organisation des Buchhandels 127
4.2 Struktur des Buchverlagswesens 128
4.3 Verbreitender Buchhandel 129
4.4 Preisentwicklung 131
4.5 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels und mit Lizenzrechten 131
4.6 Künftige Stellung des Buches 135

5 Pressevertrieb 135
5.1 Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften 135
5.1.1 Lage in den alten Bundesländern 135
5.1.2 Lage in den neuen Bundesländern 136
5.2 Großhandel 137
5.2.1 Strukturmerkmale und wirtschaftliche Entwicklung 137
5.2.2 Bedeutung für die Informationsvielfalt 139
5.3 Postzeitungsdienst 139
5.4 Verlagseigene Vertriebssysteme 141

6 Wirtschaftliche Hilfen 142
6.1 ERP-Darlehen (alte Bundesländer) 142
6.2 Förderung in den neuen Bundesländern 142

III. Rundfunk 143

1 Duale Rundfunkordnung 143
1.1 Einführung 143
1.2 Entwicklung 144
1.3 Stand und Perspektiven 145

2 Rechtliche und strukturelle Entwicklung 146
2.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 146
2.1.1 Fortentwicklung des Rundfunkrechts 146
2.1.1.1 Rundfunkstaatsverträge 146
2.1.1.2 Rundfunkgesetze der Länder 146
2.1.1.3 Rundfunkgesetze des Bundes 147
2.1.2 Strukturelle Entwicklung 147
2.1.2.1 Rundfunk in der ehemaligen DDR 147
2.1.2.2 Rundfunkeinrichtung nach Art. 36 Einigungsvertrag 148
2.1.2.3 Rundfunkanstalten in den neuen Bundesländern 148
2.1.2.4 Neuordnung des bundesweiten Hörfunks 149
2.1.2.4.1 RIAS-TV 149
2.1.2.4.2 RIAS 2 149
2.1.2.4.3 Deutschlandfunk (DLF) und RIAS 1 150
2.1.2.5 RIAS BERLIN-Kommission 150
2.1.2.6 Auslandsrundfunk Deutsche Welle (DW) 150
2.1.3 Entwicklungen im Programmbereich der Rundfunkanstalten 151
2.1.3.1 Inhalt und Anzahl der Programme 151
2.1.3.1.1 Hörfunkprogramme 151
2.1.3.1.2 Fernsehprogramme 152
2.1.3.2 Ausstrahlung der Programme 152
2.1.4 Kontrolle der Rundfunkanstalten 153
2.1.4.1 Kontrolle durch die Gremien der Anstalten 153
2.1.4.1.1 Rundfunkrat 153
2.1.4.1.2 Verwaltungsrat 153
2.1.4.2 Personalvertretungen 153
2.1.4.3 Staatliche Aufsicht 154
2.1.4.4 Rechnungskontrolle 154
2.1.5 Festsetzung der Rundfunkgebühren 154
2.2 Privatwirtschaftlicher Rundfunk 156
2.2.1 Rechtliche und organisatorische Grundlagen 156
2.2.1.1 Aufbau und Organisation der Landesmedienanstalten 156
2.2.1.2 Zulassungsvoraussetzungen 157
2.2.1.3 Sicherung der Meinungsvielfalt 158
2.2.1.4 Programmaufsicht 159

Seite

2.2.2 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Hörfunks 160
2.2.2.1 Bundesweiter privatwirtschaftlicher Hörfunk 160
2.2.2.2 Landesweiter privatwirtschaftlicher Hörfunk 161
2.2.2.3 Lokaler privatwirtschaftlicher Hörfunk 162
2.2.3 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Fernsehens 164
2.2.3.1 Bundesweites privatwirtschaftliches Fernsehen 164
2.2.3.2 Regional- und Lokalfernsehen 167
2.2.3.3 Abonnementfernsehen 167
2.2.3.4 Ausblick und Perspektiven 167
2.2.4 Offene Rundfunkkanäle 168

3 Wirtschaftliche Entwicklung 170
3.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 170
3.1.1 Landesrundfunkanstalten der ARD und ZDF 170
3.1.2 Finanzierung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF) sowie des RIAS Berlin 181
3.2. Privatwirtschaftlicher Rundfunk 181
3.2.1 Privatwirtschaftliche Hörfunkveranstalter 182
3.2.2 Privatwirtschaftliche Fernsehveranstalter 183

IV. Nachrichtenagenturen 185

1 Nachrichtenagenturdienste in deutscher Sprache 185
1.1 Entwicklung und Struktur 185
1.2 Nutzung der Nachrichtenagenturdienste 186

2 Nachrichtenagenturdienste in fremder Sprache 188

3 Bildberichterstattung 188

4 Weitere Agenturdienste 188

5 Spezialisierte Agenturen 188

6 Technik 188

7 Resümee 189

V. Film, audiovisuelle Medien und Tonträger 189

1 Film 189
1.1 Überblick 189
1.2 Staatliche Filmförderung 194
1.2.1 Filmförderung des Bundes 194
1.2.1.1 Kulturelle Filmförderung 194
1.2.1.2 Wirtschaftliche Filmförderung 195
1.2.2 Filmförderung durch die Bundesländer 198
1.3 Filmbewertungsstelle (FBW) 198
1.4 Perspektiven des deutschen Films 198

2 Audiovisuelle Medien 199
2.1 Abgrenzung 199
2.2. Wirtschaftliche Entwicklung 199
2.2.1 Videorekordersysteme 199
2.2.2 Videokameras mit Aufzeichnungsmöglichkeit 200
2.2.3 Videoleerkassetten und bespielte Videokassetten 200
2.2.4 Struktur des Videovertriebs auf Einzelhandelsebene 202
2.2.5 Musikvideos 202

3 Tonträger 202
3.1 Abgrenzung 202
3.2 Wirtschaftliche Entwicklung 203
3.3 Struktur der Anbieterseite 207
3.4 Vertrieb 208

Seite

C. Infrastrukturelle Voraussetzungen der Massenkommunikation und elektronische Telekommunikationsdienste ... 209

I. Terrestrische Sender und Sendernetze ... 209

1 Ordnungspolitische Rahmenbedingungen ... 209
1.1 Gesetz über Fernmeldeanlagen (FAG) ... 209
1.2 Rechtsverleihung für den Sendebetrieb ... 209
1.3 Deutschlandradio ... 210

2 Fernsehsender ... 210
2.1 Netz für die sendetechnische Grundversorgung ... 210
2.2 Sendernetz für private Programme ... 211
2.3 Frequenzsituation ... 211

3 Hörfunksender ... 212
3.1 Ultrakurzwelle (UKW) ... 212
3.2 Kurzwelle (KW) ... 212
3.3 Mittelwelle (MW) ... 212
3.4 Langwelle (LW) ... 213

4 Zusatzdienste über terrestrische Rundfunksender ... 213
4.1 Radio-Daten-System (RDS) ... 213
4.2 Radio-Paging ... 214
4.3 Videotext ... 214

II. Breitbandverteildienste in den alten Bundesländern ... 214

1 Ordnungspolitische Rahmenbedingungen ... 214

2 Ausbaustand und Ausbauplanung ... 214
2.1 Breitbandverteilnetze (BVN) der DBP Telekom ... 214
2.2 Private Kabelnetzbetreiber ... 215
2.3 Programmzuführung und Programmbelegung ... 215

3 Glasfaserversuche ... 216

III. Programmverteilung über Satelliten in den alten Bundesländern ... 216

1 Ordnungspolitische Maßnahmen ... 216

2 Nationale Satellitensysteme ... 217
2.1 DFS-Kopernikus ... 217
2.2 TV-Sat ... 217

3 Internationale Satellitensysteme ... 217
3.1 Astra ... 217
3.2 EUTELSAT ... 217
3.3 INTELSAT ... 218
3.4 Frequenzen ... 218

4 Verbreitung von Satellitenanlagen für den Direktempfang 218

5 Digitales Satelliten-Radio (DSR) ... 218

IV. Neue Bundesländer ... 218

1 Umbruch in der Rundfunklandschaft ... 218

2 Ausbaustand und Ausbauplanung terrestrischer Sendernetze ... 219
2.1 Fernsehsender ... 219
2.2 Hörfunksender ... 219

3 Programmverteilung über Satellit ... 220

4 Ausbaustand und Ausbauplanung der Breitbandverteilnetze (BVN) ... 220

V. Trends und Perspektiven ... 220

1 Digitalisierung im Bereich Fernsehen ... 220

2 Übertragungsnormen im Bereich Fernsehen ... 221

Seite

2.1 PALplus ... 221
2.2 Digitales Fernsehen ... 221
2.3 Betriebsversuch VIDINET ... 222

3 Digitalisierung im Bereich Hörfunk (Digital Audio Broadcast/DAB) ... 222

VI. Telekommunikationsnetze und -dienste ... 223

1 Monopol und Wettbewerb ... 223
1.1 Satellitenlizenzen ... 223
1.2 Mobilfunklizenzen ... 223

2 Telekommunikationsnetze ... 224
2.1 ISDN ... 224
2.2 Breitband-ISDN ... 224

3 Datendienste ... 225

4 Trends und Perspektiven ... 225

D. Nationales Medienrecht ... 226

I. Verfassungsrechtliche Voraussetzungen und Kompetenzverteilung Bund/Länder ... 226

1 Pressefreiheit ... 227

2 Rundfunkfreiheit ... 227

3 Kompetenzverteilung Bund/Länder ... 227

II. Gesetzgebung ... 228

1 Medienrechtsgesetzgebung des Bundes ... 228
1.1 Grundsätze ... 228
1.2 Wiedereinführung von § 130 a StGB ... 229
1.3 Änderungen der §§ 86, 86 a, 130, 131 StGB durch das Verbrechensbekämpfungsgesetz ... 229

2 Medienrechtsgesetzgebung der Länder ... 229
2.1 Pressegesetzgebung ... 229
2.2 Rundfunkgesetzgebung ... 230
2.2.1 Regelungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ... 230
2.2.2 Regelungen für den privaten Rundfunk ... 231

III. Rechtsprechung ... 232

1 Grundsätze ... 232

2 Entscheidungen zur Pressefreiheit ... 232
2.1 Abgrenzung der Pressefreiheit von der allgemeinen Meinungsfreiheit ... 232
2.2 Presse und staatliche Subventionen ... 232
2.3 Pressefreiheit und Presse-Grosso ... 232
2.4 Schranken der Presse- und Rundfunkfreiheit ... 232

3 Entscheidungen zur Rundfunkfreiheit ... 233
3.1 Grundversorgung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ... 233
3.2 Versorgung durch den privaten Rundfunk ... 233
3.3 Werbeverbote und Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ... 234
3.4 Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ... 234
3.5 Konkursfähigkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten ... 234
3.6 Festsetzung der Rundfunkgebühren ... 235

4 Sonstige medienrelevante Entscheidungen ... 235
4.1 Frequenzvergabe ... 235
4.2 Wahlwerbespots und Wahlsendungen im Rundfunk ... 236
4.2.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk ... 236

Seite

4.2.2 Privater Rundfunk ... 236
4.2.3 Position der Bundesregierung ... 237
4.3 Fernsehaufnahmen im Gerichtssaal ... 237
4.4 Anbringung von Satellitenparabolantennen ... 237
4.5 Briefkastenwerbung ... 237

IV. Rechtliche Rahmenbedingungen der Medien ... 238

1 Innere Pressefreiheit ... 238

2 Redaktionsstatuten ... 238

3 Tendenzschutz ... 239

4 Pressefreiheit und Arbeitskampf ... 240

5 Zeugnisverweigerungsrecht ... 240

6 Kurzberichterstattungsrecht ... 241

7 Selbstkontrolle der Presse ... 242
7.1 Pressefreiheit und Sorgfaltspflicht der Presse ... 242
7.2 Selbstkontrollorgan Deutscher Presserat ... 243

8 Bundeseinheitlicher Presseausweis ... 243

9 Verhaltensgrundsätze Presse/Rundfunk und Polizei ... 243

V. Medienrelevante Rechtsbereiche ... 244

1 Kartellrecht ... 244
1.1 Pressefusionskontrolle ... 244
1.1.1 Zeitungen ... 244
1.1.2 Allgemeine Publikumszeitschriften ... 245
1.1.3 Special-Interest- und Fachzeitschriften ... 246
1.2 Pressevertrieb ... 246
1.3 Rundfunk ... 247
1.4 Bücher und Filmtheater ... 249

2 Urheberrecht ... 250

3 Verlagsrecht ... 250

4 Pressestatistikgesetz ... 250

5. Persönlichkeitsschutz ... 251

6 Datenschutz im Medienbereich ... 252
6.1 Medienprivileg ... 252
6.2 Stasi-Unterlagen-Gesetz (StUG) ... 253
6.3 Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes — § 201 StGB ... 253

7 Verbraucherschutz ... 254
7.1 Heilmittelwerbegesetz ... 254
7.2 EG-Richtlinie über die Werbung für Humanarzneimittel ... 254
7.3 Spezielle Regelungen über Werbung für Tabakerzeugnisse 255
7.4 Spezielle Regelungen über Werbung für Alkoholika ... 255

8 Jugendschutz ... 256
8.1 Strafrechtliche Jugendschutzvorschriften ... 256
8.2 Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) ... 257
8.3 Gesetz zur Änderung des GjS ... 258
8.4 Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG) ... 258
8.5 Internationaler Jugendschutz ... 258

E. Mediennutzung/Medienforschung ... 259

I. Mediennutzung ... 259

1 Medienausstattung ... 259
1.1 Audiovisuelle Medien ... 259

		Seite
1.2	Druckmedien	260
1.3	Medienausstattung bei Kindern und Jugendlichen	261
2	Reichweite und Nutzungsdauer	261
2.1	Allgemeine Daten	261
2.2	Nutzung der nichtaktuellen und nichtperiodischen Druckmedien	263
2.3	Nutzung der aktuellen Mediengattungen	263
2.4	Reichweite und Nutzung der Medien bei Kindern und Jugendlichen	265
3	Ausgewählte Aspekte der Mediennutzung	266
3.1	Soziodemographische Merkmale der einzelnen Mediennutzergruppen	266
3.2	Korrelation von kommunikativer Grundorientierung und Medien(angebots)präferenz	266
3.3	Informationsverhalten der Bürger	267
3.4	Image und Glaubwürdigkeit der tagesaktuellen Medien	268
4	Medienpädagogische Initiativen der Bundesregierung	270
5	Gewalt in den Medien	271
5.1	Gewaltdarstellungen in öffentlich-rechtlichen und in privaten Rundfunkprogrammen	272
5.2	Gewaltkommission der Bundesregierung	272
5.3	Forschungsdiskussion zu den Auswirkungen medialer Gewaltdarstellungen	272
6	Ausblick	273
II.	Medienforschung der Bundesregierung	273
1	Kommunikatorforschung	274
1.1	Allgemeine Fragestellungen	274
1.2	Einzelne Kommunikatorgruppen	274
2	Medieninhalte	276
2.1	Wissenschaft und Technik in den Medien	276
2.2	Politische Information im Fernsehen	276
2.3	Sport in den Medien	277
2.4	Sonstige Einzelthemen	277
3	Medienangebot und Medienstruktur	278
3.1	Pressemarkt in den alten Bundesländern	278
3.2	Pressemarkt in den neuen Bundesländern	278
3.3	Private Informationsdienste	279
4	Mediennutzung und Medienwirkung	279
4.1	Ausgewählte Fragen der Mediennutzung	279
4.2	Politische und gesellschaftliche Auswirkungen	280
4.3	Einstellung zur Politik	281
4.4	Einstellung zur Technik	281
4.5	Auswirkungen gewalthaltiger Medieninhalte	281
5	Wirtschaft und Wettbewerb	282
5.1	Inter- und intramediärer Wettbewerb	282
5.2	Sonstige Einzelthemen	283
6	Medienpolitik und Medienrecht	284
7	Medienpädagogik	284
7.1	Medienpädagogik in Familie, Schule und anderen Bildungseinrichtungen	284
7.2	Leseförderung	285
F.	**Beschäftigte im Medienbereich**	286
I.	Arbeitsmarkt Medien	286
1	Erwerbstätigkeit	286

Seite

2 Arbeitslosigkeit ... 287
2.1 Alte Bundesländer ... 287
2.2 Neue Bundesländer ... 288

II. Journalisten und freie Mitarbeiter ... 289

1 Journalisten ... 289
1.1 Tarifvertragliche Regelungen für Journalisten und Volontäre ... 289
1.2 Soziale Sicherung ... 291
1.2.1 Grundsatzregelung ... 291
1.2.2 Einrichtungen zu einer ergänzenden sozialen Sicherung ... 291
1.2.2.1 Presse ... 291
1.2.2.2 Rundfunk ... 292
1.2.2.3 Versorgung bei Pressestellen und ähnlichen Einrichtungen 292
1.2.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes ... 292
1.2.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanwartschaften bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 292
1.2.5 Regelung zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ... 292
1.2.6 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen ... 292

2 Freie Mitarbeiter ... 293
2.1 Begriffsbestimmung ... 293
2.2 Tätigkeitsarten und prozentualer Anteil an der Berufsgruppe „Journalisten" ... 293
2.3 Rechtsstellung ... 293
2.4 Wirtschaftliche und soziale Lage von freien Mitarbeitern ... 294
2.4.1 Sozialversicherung der Beschäftigten ... 294
2.4.2 Künstlersozialversicherung ... 294

3 Aus- und Weiterbildung von Journalisten ... 295
3.1 Volontariat ... 295
3.1.1 Ausbildungskapazitäten der Medien ... 295
3.1.2 Tarifverträge für das Redaktionsvolontariat bei Tageszeitungen und Zeitschriften ... 295
3.1.3 Tarifvertragliche Regelungen im Rundfunk ... 296
3.1.4 Grundsätze und Empfehlungen von Verbänden und Organisationen ... 296
3.2 Journalistenschulen ... 296
3.3 Fachbezogene Ausbildungsgänge an Universitäten und Hochschulen ... 297
3.4 Weiterbildungseinrichtungen ... 297
3.5 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ... 297
3.6 Fördermaßnahmen des Bundes ... 298
3.6.1 Allgemeine Förderung ... 298
3.6.2 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Journalisten in den neuen Bundesländern ... 298

G. Internationale medienpolitische Fragen und Abkommen — Internationales Medienrecht ... 300

I. Überblick ... 300

1 Entwicklung der Medien im internationalen Bereich ... 300
1.1 Westeuropa ... 300
1.2 Mittel- und Osteuropa ... 300
1.3 Verstärkte medienpolitische Aktivitäten auf europäischer Ebene ... 300
1.4 Veränderungen im globalen Rahmen ... 301

2 Grundsätze der Bundesregierung für die europäische und internationale Medienpolitik ... 301

		Seite
II.	Entwicklungen im einzelnen	301
1	Vereinte Nationen (VN/UN)	301
2	UNESCO/IPDC	302
3	KSZE	302
4	GATT	303
5	OECD	303
6	WARC/WRC	304
7	Europarat	304
7.1	Grundzüge	304
7.2	Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ)	305
7.3	Empfehlungen im Medienbereich	305
7.3.1	Videopiraterie	306
7.3.2	Schutz verschlüsselter Sendungen	306
7.3.3	Kurzberichterstattung	306
7.3.4	Jugendschutz	306
7.4	Europäisches Übereinkommen über mehrseitige Gemeinschaftsproduktionen im Kinofilmbereich	306
7.5	Medienministerkonferenzen	306
7.5.1	Erste Europäische Medienministerkonferenz in Wien	307
7.5.2	Zweite Europäische Medienministerkonferenz in Stockholm	307
7.5.3	Dritte Europäische Medienministerkonferenz in Nikosia	307
7.6	Konvention über Minderheitensprachen	307
7.7	EURIMAGES	308
7.8	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte	308
7.9	Künftige Entwicklungen im Europarat	309
8	Europäische Gemeinschaft (EG)/Europäische Union (EU)	309
8.1	Grundzüge	309
8.2	Rundfunk	309
8.2.1	Rechtliche Grundlagen der EG-/EU-Regelungen im Rundfunkbereich	309
8.2.2	Fernsehrichtlinie	310
8.2.2.1	Entstehung und Inhalt	310
8.2.2.2	Bund/Länder-Streitverfahren	310
8.2.2.3	Umsetzung	311
8.2.2.4	Novellierung	312
8.2.3	MEDIA-Programm	312
8.2.4	Grünbuch „Audiovisuelle Industrie"	312
8.2.5	Fortgeschrittene Fernsehdienste	313
8.2.5.1	Richtlinie	313
8.2.5.2	Aktionsplan	313
8.2.6	Europarechtliche Wettbewerbsfragen	314
8.2.6.1	Grundzüge	314
8.2.6.2	ARD-Filmeinkauf	314
8.2.6.3	Eurosport/EBU-Sportrechte	314
8.2.6.4	Beschwerde von TF 1 gegen France 2 und 3	315
8.2.6.5	Britische Buchpreisbindung	315
8.2.7	Besteuerung der Fernsehgebühren	316
8.2.8	EuGH-Rechtsprechung	316
8.3	Presse	317
8.3.1	Tabakwerbung	317
8.3.2	Heilmittelwerbung	317
8.3.3	Umsatzsteuer für Presseerzeugnisse	317
8.4	Europäische Regelungen mit medienpolitischer Relevanz	317
8.4.1	Europäische Betriebsräte	317
8.4.2	Baukoordinierungs-/Lieferkoordinierungs-/Dienstleistungsrichtlinie	318
8.4.3	Harmonisierung der EG-/EU-Statistiken	318

Seite

8.4.4 Richtlinienvorschlag über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz 319
8.4.5. Datenschutzrichtlinie 319
8.5 Künftige Entwicklung in der EU 319
8.5.1 Europäischer Wirtschaftsraum (EWR) 319
8.5.2 Künftige Medienpolitik in der EU 320

9 Euronews 320

III. Internationales Urheberrecht 320

1 Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) 320

2 Europarat 321

3 EG/EU 321

IV. Diskussion über Medienkonzentration auf europäischer Ebene 322

1 Europarat 322

2 EG/EU 322

V. Audiovisuelles EUREKA 323

VI. Bilaterale Medienbeziehungen 324

1 Medienpolitische Konsultationen 324

2 Europäischer Fernsehkulturkanal ARTE 324

3 Filmabkommen 324

VII. Medien in der Dritten Welt 325

VIII. Hilfe im Medienbereich für MOE- und NUS-Staaten 325

H. Ausblick 327

Redaktionelle Hinweise und Abkürzungen

I. Tabellen

1 Gebietsstand

Aufgrund des Beitritts der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik zur Bundesrepublik Deutschland am 3. Oktober 1990 ergeben sich für die nachfolgende Darstellung, die den Zeitraum von 1985 bis 1994 abdeckt, drei unterschiedliche geographisch-demographische Bezugsgrößen:

a) die Bundesrepublik Deutschland ab dem 3. Oktober 1990,

b) die Bundesrepublik Deutschland einschließlich Berlin-West vor dem 3. Oktober 1990,

c) die ehemalige DDR einschließlich Berlin-Ost.

Zur Unterscheidung der verschiedenen Gebietsstände werden in Tabellen folgende Begriffe verwendet:

o für den in a) genannten Gebietsstand: Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

o für den in b) genannten Gebietsstand: (das Gebiet der) Bundesrepublik Deutschland nach dem (Gebiets)Stand bis zum 3. Oktober 1990; früheres Bundesgebiet; alte (Bundes-)Länder;

o für den in c) genannten Gebietsstand:

- vor dem 3. Oktober 1990 bzw. dem zweiten Halbjahr 1990: DDR; (Gebiet der) ehemalige(n) DDR;
- ab dem 3. Oktober 1990: neue (Bundes-)Länder;
- ab dem 3. Oktober inklusive Berlin-Ost: neue (Bundes-)Länder und Berlin-Ost;

Soweit nichts anderes angegeben ist, betreffen Angaben zu/aus den Jahren vor 1989 stets die Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand bis zum 3. Oktober 1990.

Bei Tabellen, die aus fremden Darstellungen übernommen worden sind, konnte im einzelnen nicht immer ermittelt werden, ob darin enthaltene Angaben zu den neuen Bundesländern Berlin-Ost einbeziehen oder nicht.

2 Auf- und Abrundungen von Ergebnissen

Im allgemeinen ist ohne Rücksicht auf die Endsumme auf- bzw. abgerundet worden. Deshalb können sich bei der Summierung von Einzelergebnissen geringfügige Abweichungen von der Endsumme ergeben.

3 Zeichenerklärung

0 = weniger als die Hälfte von 1 in der letzten besetzten Stelle, jedoch mehr als nichts
— = nichts vorhanden
/ = keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug
. = Zahlenwert unbekannt
() = Aussagewert eingeschränkt, da Zahlenwert relativ unsicher ist
% = Prozent
./. = Vorzeichenwechsel (in Abschnitt G: „gegen")
k. A. = keine Angaben

II. Bezeichnungen der Europäischen Gemeinschaft und ihrer Organe

Mit Inkrafttreten des Maastrichter Vertrages über die Europäische Union am 1. November 1993 wurden die Bezeichnungen der Europäischen Gemeinschaft und ihre Organe wie folgt geändert:

Bisherige Bezeichnung	Bezeichnung seit dem 1. November 1993
Europäische Gemeinschaft (EG)	Europäische Union (EU)
Kommission der Europäischen Gemeinschaften	Europäische Kommission
Rat der Europäischen Gemeinschaften/Europäischer Rat	Rat der Europäischen Union
Vertrag über die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft (EWG-Vertrag)	Vertrag über die Europäische Gemeinschaft (EG-Vertrag)

Die Bezeichnungen „Europäisches Parlament (EP)" und „Europäischer Gerichtshof (EuGH)" bleiben unverändert. Die Bezeichnung „Kommission der Europäischen Gemeinschaften" bleibt in juristischen und formellen Texten bestehen.

In der Darstellung erfolgt die Verwendung der Bezeichnung in der Weise, die zum Zeitpunkt des Dargestellten üblich war.

III. Abkürzungen

A = Österreich
ABl. EG = Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften/der Europäischen Union
Abs. = Absatz
abs. = absolut
ADN = Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst
AdZ = Anzeigenblätter der Zeitungen (im BDZV)
a. F. = alte Fassung
AFG = Arbeitsförderungsgesetz
AFP = Agence France Presse
AfP = Archiv für Presserecht
AG = Aktiengesellschaft
AG. MA = Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse
AGP = Abgabepreis
AKM = Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München
AKP = Arbeitsgemeinschaft katholische Presse
Alt. = Alternative
Amtl. Slg. = Amtliche Sammlung
Amtsbl. = Amtsblatt
AP = Associated Press
AP = Nachschlagewerk des Bundesarbeitsgerichts (bis 1954 Zeitschrift: Arbeitsrechtliche Praxis)
ARCULT = Archiv für Kulturpolitik
ARD = Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
Art. = Artikel
ARTE = Association Relative à la Télévision Européenne
ASV AG = Axel Springer Verlag Aktiengesellschaft
ATM = Asynchronous Transfer Mode
Aufl. = Auflage
AV = audiovisuell, Audiovision
AV, av = Allgemeinverbindlicherklärung, allgemeinverbindlich
AWA = Allensbacher Werbeträger-Analyse
Az = Aktenzeichen
AZD = Alternative Zustelldienste
AZR = nicht weiter aufschlüsselbare Abkürzung für Dokumente des Bundesarbeitsgerichts

B = Belgien
BAG = Bundesarbeitsgericht
BAGE = Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts
BAPT = Bundesamt für Post und Telekommunikation

BayMG	=	Bayerisches Mediengesetz
BayBS	=	Bayerische Bereinigte Sammlung
BB	=	Brandenburg
Bde.	=	Bände
BDSG	=	Bundesdatenschutzgesetz
BDZV	=	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V.
BE	=	Berlin
ber.	=	bereinigt/berichtigt
BetrVG	=	Betriebsverfassungsgesetz
BEVEI	=	Bessere Verkehrsinformation
BG	=	Bulgarien
BGB	=	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBl. I, II, III	=	Bundesgesetzblatt mit oder ohne Ziffer I = Teil I, mit II = Teil II, mit III = Teil III
BGH	=	Bundesgerichtshof
BGHZ	=	Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen
BIP	=	Bruttoinlandsprodukt
B-ISDN	=	Breitband-ISDN
BK	=	Breitbandkabel
BLM	=	Bayerische Landeszentrale für neue Medien, München
BLR	=	BLR-Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbH & Co. KG
BMPT	=	Bundesministerium für Post und Telekommunikation
BPS	=	Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften
BR	=	Bayerischer Rundfunk
BrandGVBl.	=	Brandenburgisches Gesetz- und Verordnungsblatt
BRD	=	Bundesrepublik Deutschland
BR-Drs.	=	Bundesratsdrucksache
BremGbl.	=	Bremisches Gesetzblatt
BremLMG	=	Bremisches Landesmediengesetz
BRfG	=	Bundesrundfunkgesetz
BT-Drs.	=	Bundestags-Drucksache
Btx	=	Bildschirmtext
BVDA	=	Bundesverband deutscher Anzeigenblätter
BVerfG	=	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	=	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVN	=	Breitbandverteilnetz
BVV	=	Bundesverband Video e. V./Vereinigung der Video-Programmanbieter
BW	=	Baden-Württemberg
BY	=	Bayern
bzw.	=	beziehungsweise
ca.	=	circa
CBS	=	Columbia Broadcasting System Inc.
CCIR	=	Comité Consultatif International des Radiocommunications/Internationaler Beratender Ausschuß für das Funkwesen der Internationalen Fernmeldeunion
CCITT	=	Comité Consultatif International Télégraphique et Téléphonique/Internationaler Beratender Ausschuß für Telegraphie und Telefon der Internationalen Fernmeldeunion
CD	=	Compact Disk (Kompaktschallplatte)
CD-ROM	=	Compact Disk-read only memory
CDCC	=	Conseil de la Coopération Culturelle/Rat für kulturelle Zusammenarbeit
CDMM	=	Comité Directeur sur les Moyens de Communication de Masse/Lenkungsausschuß für Massenmedienpolitik
CEPT	=	Conférence Européenne des Administrations des Postes et Télécommunications/Europäische Konferenz der Post- und Fernmeldeverwaltungen/Internationaler Standard
CH	=	Schweiz
CLT	=	Compagnie Luxembourgoise de Télédiffusion
cm	=	Zentimeter
CNN	=	Cable News Network

cpa	=	Evangelische Medien-Akademie (Christliche Presse-Akademie)
CY	=	Zypern
CyBC	=	Cyprus Broadcasting Corporation
D	=	(Bundesrepublik) Deutschland
DAB	=	Digital Audio Broadcast
DAG	=	Deutsche Angestellten-Gewerkschaft
DAT	=	Digital Audio Tape
Datex	=	Data Exchange/Datenaustausch
DBP	=	Deutsche Bundespost
DBS	=	Direct Broadcasting System
DCC	=	Digitale Kompaktkassette
DCS	=	Digital Communication System
ddp	=	Deutscher Depeschen Dienst
DDR	=	Deutsche Demokratische Republik
DEFA	=	Deutsche Film AG/Deutsche Filmgesellschaft mbH
DENA	=	Deutsche Nachrichten GmbH
ders.	=	derselbe
DeTex	=	Deutsche Textfunk GmbH
DFF	=	Deutscher Fernsehfunk
DFG	=	Deutsche Forschungsgemeinschaft e. V.
DFS	=	Deutscher Fernmeldesatellit
d. h.	=	das heißt
DHMM	=	Dokument der Menschenrechtsabteilung des Europarats
DIW	=	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DJV	=	Deutscher Journalisten-Verband e. V.
DK	=	Dänemark
DK	=	Dezimalklassifikation
DLF	=	Deutschlandfunk
DLM	=	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DM	=	Deutsche Mark
Dok.	=	Dokument
dpa	=	Deutsche Presse-Agentur GmbH
DS	=	Deutschlandsender
DSF	=	Deutsches Sportfernsehen
DSR	=	Digitaler Satellitenrundfunk/Digitales Satellitenradio
DVB	=	Digital Video Broadcasting
DVBl.	=	Deutsches Verwaltungsblatt
DVI	=	Deutsches Video Institut e. V.
DVO	=	Durchführungsverordnung
DW	=	Deutsche Welle
E	=	Spanien
ebd.	=	ebenda
EBU	=	European Broadcasting Union/Europäische Rundfunkunion (auch UER)
ECU	=	European Currency Unit
EDTV	=	Extended Definition Television
EE	=	Estland
EFA	=	European Film Academy/Europäische Filmakademie
EFDO	=	European Film Distribution Office/Europäisches Filmvertriebsbüro
EFTA	=	European Free Trade Association/Europäische Freihandelsassoziation
eG	=	eingetragene Genossenschaft
EG	=	Europäische Gemeinschaft
EGV/EG-Vertrag	=	Vertrag über die Europäische Gemeinschaft
EHASTRA	=	Einzelhandelsstrukturanalyse
einschl.	=	einschließlich
EKD	=	Evangelische Kirche in Deutschland
EKK	=	Europäischer Fernsehkulturkanal
E.M.A.	=	Elektronische Medien Analyse
EMRK	=	Europäische Menschenrechtskonvention
END	=	Euronews Development
endg.	=	endgültig
EON	=	Enhanced Other Networks

EP	=	Europäisches Parlament
epa	=	Europäische Pressephoto-Agentur
epd	=	Evangelischer Pressedienst
ERC	=	European Radiocommunications Committee/Europäischer Funkausschuß
ERP	=	European Recovery Programme/Europäisches Wiederaufbau-programm
ERT	=	Elliniki Radiophonia Tileorasi
ERTU	=	Egyptian Radio and Television Union
ESO	=	European Sales Organization
ESPN	=	Entertainment and Sports Programming Network
ETSI	=	European Telecommunication Standardization Institute/Europäisches Institut für Telekommunikationsnormen
EU	=	Europäische Union
EuGH	=	Europäischer Gerichtshof
EUREKA	=	European Research Coordination Agency/Agentur für die Koordinierung der europäischen Forschung
EURIMAGES	=	Fonds Européen de Soutiens à la Coproduction et à la Diffusion des Oeuvres de Création Cinematographiques et Audiovisuelles/Europäischer Unterstützungsfonds für die Koproduktion und den Vertrieb von kreativen cinematographischen und audiovisuellen Werken
EUROSTAT	=	Statistisches Amt der Europäischen Gemeinschaften
EUTELSAT	=	European Telecommunications Satellite Organization/Europäische Fernmeldesatelliten Organisation
e. V.	=	eingetragener Verein
EVA	=	Empfangs- und Verteilanlagen für Rundfunksignale
EWG	=	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWGV/EWG-Vertrag	=	Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft
EWR	=	Europäischer Wirtschaftsraum
EZA	=	Entscheidungssammlung zum Arbeitsrecht
F/FR	=	Frankreich
FBW	=	Filmbewertungsstelle Wiesbaden
FAG	=	Gesetz über Fernmeldeanlagen
FF	=	Französische Francs
f(f).	=	folgende
FFA	=	Filmförderungsanstalt
FFF	=	Film, Funk und Fernsehen
FFG	=	Filmförderungsgesetz
FSK	=	Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft
FsÜ	=	Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
FTZ	=	Forschungs- und Technologiezentrum
FVK	=	Freiwillige Videoselbstkontrolle
G	=	Gesetz
G + J	=	Gruner + Jahr AG & Co
GA	=	Gemeinschaftsantennen-Anlage
GATS	=	General Agreement on Trade in Services/Allgemeines Dienstleistungsabkommen
GATT	=	General Agreement on Tarifs and Trade/Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen
GBl.	=	Gesetzblatt
GEP	=	Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik
GfK	=	Gesellschaft für Konsum, Markt- und Absatzforschung
gfu	=	Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH
GG	=	Grundgesetz
ggf.	=	gegebenenfalls
GHz	=	Gigahertz
GjS	=	Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften
GmbH	=	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GMK	=	Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
GNS	=	Grundnetzsender

GP	=	Systematisches Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken
GR	=	Griechenland
GRECO	=	Groupement Européen pour la Circulation des Oeuvres/Europäisches Büro zur Verbreitung von Fernsehprogrammen
GSM	=	Global Standard for Mobile Communication
GUS	=	Gemeinschaft Unabhängiger Staaten
GV	=	Generalversammlung
GVBl.	=	Gesetz- und Verordnungsblatt
GWB	=	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
HAM	=	Hamburgische Anstalt für neue Medien, Hamburg
HambMedienG	=	Hamburgisches Mediengesetz
HB	=	Bremen
HD-Mac	=	High Definiton Multiplexed Analogue
HDTV	=	High Definition Television
HE	=	Hessen
HH	=	Hamburg
Hj.	=	Halbjahr
HPRG	=	Hessisches Privatrundfunkgesetz
HR	=	Hessischer Rundfunk
Hrsg.	=	Herausgeber
i. d. F.	=	in der Fassung
i. d. R.	=	in der Regel
IEC	=	International Electro-technical Commission/Internationale elektrotechnische Kommission
ifo	=	Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
IFP	=	Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses e. V.
IG	=	Industriegewerkschaft
IIJ	=	Internationales Institut für Journalismus
IMA	=	Interministerieller Arbeitskreis für Kommunikationsforschung
inkl.	=	inklusive
insges.	=	insgesamt
INTELSAT	=	International Telecommunication Satellite Organization/Internationale Fernmeldesatelliten Organisation
IPDC	=	International Programme for the Development of Communication/Internationales Programm für die Entwicklung der Kommunikation
IPOS	=	Institut für praxisorientierte Sozialforschung
IRL	=	Irland
ISDN	=	Integrated Services Digital Network
ISL	=	Island
ISO	=	International Standardization Organization/Internationale Organisation für Normung
IT	=	Italien
IuK-	=	Informations- und Kommunikations (Technologien)
IVD	=	Interessengemeinschaft der Videothekare Deutschlands e. V.
i.V.m.	=	in Verbindung mit
IVW	=	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.
IW	=	Institut der deutschen Wirtschaft
Jg.	=	Jahrgang
JK	=	Juristenkommission der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V.
JÖSchG	=	Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit
JVC	=	Victor Company of Japan ltd.
Kbit/s	=	Kilobites per Sekunde
KEF	=	Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten)
KfW	=	Kreditanstalt für Wiederaufbau
kHz	=	Kilohertz
km	=	Kilometer
KNA	=	Katholische Nachrichtenagentur
KOM	=	Kommission
KPPG	=	Kabelpilotprojektgesetz

KSVG	=	Künstlersozialversicherungsgesetz
KSZE	=	Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
kW	=	Kilowatt
KW	=	Kurzwelle
L	=	Luxemburg
LAG	=	Landesarbeitsgericht
LAN	=	Local Area Network
LAR	=	Landesanstalt für Rundfunkwesen Saarland, Saarbrücken
LDTV	=	Limited Definition Television
LfK	=	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Stuttgart
LfR	=	Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
LG	=	Landgericht
LIE	=	Liechtenstein
LMBG	=	Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz
LMedienG/ LMG	=	Landesmediengesetz
LPR	=	Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz, Ludwigshafen
LPR	=	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk, Kassel
LRA	=	Landesrundfunkausschuß für Sachsen-Anhalt, Halle/Saale
LRG	=	Landesrundfunkgesetz
LRZ	=	Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern, Schwerin
LT	=	Litauen
lt.	=	laut
LV	=	Lettland
LW	=	Langwelle
M	=	Malta
MA	=	Media-Analyse
MABB	=	Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Berlin
Mac	=	Multiplexed Analogue Components
MAN	=	Metropolitan Area Network
Mbit/s	=	Megabites per Sekunde
MC	=	Magnetbandkassette
MD	=	Mini Disk
MDR	=	Mitteldeutscher Rundfunk
MECOM	=	Medien-Communications-Gesellschaft mbH & Co. KG
MEDIA	=	Mésures pour Encourager le Développement de l'Industrie de Production Audiovisuelle/EG-Programm zur Unterstützung der europäischen AV-Produktion
MedienStVG	=	Medienstaatsvertragsgesetz
MEG	=	Medienerprobungs- und -Entwicklungsgesetz
MGM/UA	=	Metro-Goldwyn-Meyer/United Artists Entertainment Company
MHz	=	Megahertz
Min.	=	Minuten
Mio.	=	Million(en)
mm	=	Millimeter
MOE	=	Mittel- und Osteuropäische Staaten
MoU	=	Memorandum of Understanding
MPEG	=	Motion Pictures Expert Group (Arbeitsgruppe des ISO/IEC)
Mrd.	=	Milliarde(n)
MV	=	Mecklenburg-Vorpommern
MW	=	Mittelwelle
m. w. N.	=	mit weiteren Nachweisen
MWSt.	=	Mehrwertsteuer
N	=	Norwegen
NACE (Rev.1)	=	Statistical Classification of economic Activities in the European Community/Allgemeine Klassifikation der Wirtschaftszweige in der EG (1. revidierte Fassung)
NDR	=	Norddeutscher Rundfunk
NdsLRG	=	Niedersächsisches Landesrundfunkgesetz
n. F.	=	neue Fassung
NI	=	Niedersachsen

NJW	=	Neue Juristische Wochenschrift
NL	=	Niederlande
NOR	=	Nordostdeutscher Rundfunk
Nov.	=	November
Nr.	=	Nummer
NStZ	=	Neue Zeitschrift für Strafrecht
NTSC	=	National Television System Committee (in den USA und Japan verwendetes Farbfernsehsystem)
NUS	=	Nachfolgestaaten der Sowjetunion
NW	=	Nordrhein-Westfalen
NZA	=	Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht
O	=	Ost
ODR	=	Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg
OECD	=	Organization for Economical Cooperation and Development/ Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
o. g.	=	oben genannte(r, s)
OK	=	Offener Kanal
Okt.	=	Oktober
OLG	=	Oberlandesgericht, zugleich die Rechtsprechung der Oberlandesgerichte
ORB	=	Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg
ORF	=	Österreichischer Rundfunk
OV	=	Osthüringer Verlag mbH
P	=	Portugal
p. a.	=	per annum/pro Jahr
PAL	=	Phase Alternation Line
PartG	=	Parteiengesetz
PC	=	Personal Computer
PD	=	Privatdozent
PETAR	=	Pan European Television Audience Research
PID	=	Private Informationsdienste
PKW	=	Personenkraftwagen
PL	=	Polen
polit.	=	politisch
PRG Sa.-Anh.	=	Gesetz über den privaten Rundfunk in Sachsen-Anhalt
PRODCOM	=	Liste von Gütern für eine europäische Produktionsstatistik
PrPG	=	Gesetz zur Stärkung des Schutzes des geistigen Eigentums und zur Bekämpfung der Produktpiraterie
PTY	=	Programtype
PVP	=	Presse-Vertrieb Pfalz GmbH & Co KG
q(k)m	=	Quadrat(kilo)meter
RAI	=	Radiotelevisione Italia
RB	=	Radio Bremen
RBI	=	Radio Berlin International
RBr	=	Rundfunk Brandenburg
RBÜ	=	Revidierte Berner Übereinkunft zu Schriften und Werken der Literatur und Kunst
rd.	=	rund
Rdnr.	=	Randnummer
RDS	=	Radio-Daten-System
Rec.	=	Recommendation
RegBl.	=	Regierungsblatt
RfStV	=	Rundfunkstaatsvertrag
RG	=	Rundfunkgesetz
RGBL.	=	Reichsgesetzblatt ohne Ziffer = Teil I; mit II = Teil II
RIAS	=	Rundfunk im amerikanischen Sektor Berlins
RL	=	Richtlinie
RP	=	Rheinland-Pfalz
RTBF	=	Radiodiffusion Télévision Belge de la Communauté Culturelle Française
RTL	=	Radio Télé-Luxembourg
RTP	=	Radiotelevisao Portuguesa
rtr	=	Reuters AG

RTVE	= Radiotelevisión Española
RUS	= Russland
RzK	= Rechtsprechung zum Kündigungsschutz
S	= Schweden
S.	= Seite(n)
Sächs. PRG	= Sächsisches Privatrundfunkgesetz
SDR	= Süddeutscher Rundfunk
SDTV	= Standard Definition Television
SECAM	= Séquentiel Couleur à Mémoire
Sept.	= September
SES	= Société Européenne des Satellites (Astra-Betriebsgesellschaft)
SF	= Finnland
SFB	= Sender Freies Berlin
SGB	= Sozialgesetzbuch
SH	= Schleswig-Holstein
sid	= Sport-Informations-Dienst
SL	= Saarland
Slg.	= Sammlung
SITC	= Standards International Trade Classification
SK	= Slowakei
SLOVE	= Slovenien
SN	= Sachsen
SNG	= Satellite News Gathering
sog.	= sogenannte(r, s)
SPIO	= Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V.
S + P	= Schmidt + Pohlmann AC. Nielsen Werbeforschung
SprAuG	= Gesetz über Sprecherausschüsse der leitenden Angestellten
SR	= Saarländischer Rundfunk
SRG	= Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft
SRT	= Schule für Rundfunktechnik
ST	= Sachsen-Anhalt
STATIS-Bund	= Statistisches Informationssystem des Bundes
Std.	= Stunden
StGB	= Strafgesetzbuch
StPO	= Strafprozeßordnung
StUG	= Stasi-Unterlagengesetz
StVG	= Staatsvertragsgesetz
SWF	= Südwestfunk
SYPRO	= Systematik der Wirtschaftszweige/Fassung für die Statistik im Produzierenden Gewerbe
TCH	= Tschechische Republik
TDF	= Télédiffusion de France
TDK	= TDK Electronics Europe GmbH, Ratingen
TDM	= Tausend Deutsche Mark
Telex	= Teleprinter Exchange/Fernschreiber
TESN	= The European Sports Network
TF 1	= Télévision Française 1
TH	= Thüringen
TLR	= Thüringer Landesanstalt für privaten Rundfunk, Arnstädt
TMC	= Tele-Malta Corporation
TMC	= Traffic Message Channel
TPRG	= Thüringer Privatrundfunkgesetz
TR	= Türkei
Tsd.	= Tausend
TU	= Technische Universität
TV	= Tarifvertrag
TV	= Television
TVG	= Tarifvertragsgesetz
TVU	= Fernsehumsetzer
U	= Ungarn
u. a.	= und andere/unter anderem
u. ä.	= und ähnliche(s)
UER	= Union Européenne de Radiodiffusion/Europäische Rundfunkunion (auch EBU)
UK	= United Kingdom/Vereinigtes Königreich (Großbritannien)

UKW	=	Ultrakurzwelle
ULR	=	Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen Schleswig-Holstein
UN	=	United Nations/Vereinte Nationen
UNESCO	=	United Nations Organization of Education, Science and Culture/Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur
UNICS	=	United Nations Information Centers/Informationszentren der Vereinten Nationen
UPI	=	United Press International
US	=	United States (of America)/Vereinigte Staaten (von Amerika)
usw.	=	und so weiter
u. U.	=	unter Umständen
V	=	Vertrag
VDZ	=	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V.
Vgl.	=	Vergleiche
v. H.	=	von Hundert
VN	=	Vereinte Nationen
VPS	=	Video-Programm-System
VPT	=	Videotext programmiert Timer (Programmierhilfe für Videorekorder)
VR	=	Volksrepublik
VSAT	=	Very Small Aperture Technology
VWD	=	Vereinigte Wirtschaftsdienste mbH
VWP	=	Versorgungswerk der Presse GmbH
W	=	Watt
W	=	West
WARC/WRC	=	World Administrative Radio Conference/Internationale Funkverwaltungskonferenz
WAZ	=	Westdeutsche Allgemeine Zeitung
WDF	=	Westdeutsches Fernsehen
WDR	=	Westdeutscher Rundfunk
WDR-G	=	WDR-Gesetz
WIPO	=	World Intellectual Property Organization/Weltorganisation für geistiges Eigentum
WM	=	Wohnungswirtschaft und Mietrecht
WTO	=	World Trade Organization/Welthandelsorganisation
Württemberg.-HohenzollernRegBl.	=	Württembergisch-Hohenzollernsches Regierungsblatt
WZ	=	Systematik der Wirtschaftszweige
YLE	=	OY Yleisradio Ab
ZAS	=	VDZ Anzeigenstatistik
ZAW	=	Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V./bis Ende 1991 Zentralausschuß der Werbewirtschaft e. V.
z. B.	=	zum Beispiel
ZDF	=	Zweites Deutsches Fernsehen
ZFP	=	Zentrale Fortbildung Programm
ZUM	=	Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht
ZVEI	=	Zentralverband der Elektronik- und elektrotechnischen Industrie
z. Zt.	=	zur Zeit

Ergebnisse im Überblick

Bericht/Seite

A. Einleitung — 57 bis 59

Der Bericht knüpft zeitlich unmittelbar an den vorausgegangenen von 1985 an und enthält als erster gesamtdeutscher Medienbericht eine faktenbezogene Darstellung der Medienentwicklung in der Bundesrepublik Deutschland. Er soll als Grundlage für weiterführende Diskussionen und politische Schlußfolgerungen dienen.

Herausragende Ereignisse im Berichtszeitraum waren die Wiederherstellung der deutschen Einheit mit ihren Auswirkungen auch auf den Medienbereich sowie der Ausbau der dualen Rundfunkordnung. Neben einer Aufbereitung der wirtschaftlichen und rechtlichen Entwicklung werden auch Fragen der Medienkonzentration ausführlich behandelt: Zwar hat das konjunkturelle Geschehen insbesondere die Druckmedien nicht unberührt gelassen, aber dennoch hat der Mediensektor im Berichtszeitraum seine wirtschaftliche Position insgesamt festigen können. Auch hat sich das gesetzliche Instrumentarium des Kartell- und Wettbewerbsrechts bisher als ausreichend erwiesen. Breiter Raum wird des weiteren der internationalen und europäischen Entwicklung im Medienbereich eingeräumt; sie gewinnt zunehmend an Bedeutung und beeinflußt die Entwicklung im Inland.

Ungeachtet der Kompetenzfragen für gesetzliche Regelungen hat sich die Bundesregierung um eine einheitliche Darstellung des ganzen Medienbereichs bemüht, da eine solche Gesamtschau unerläßliche Grundlage für die Beurteilung der Fragen ist, die in der Zuständigkeit des Bundes liegen.

B. Darstellung der Medien — 60 bis 208

I. Gesamtwirtschaftliche Position — 60 bis 78

Als Medien werden im folgenden ausschließlich Instrumente der Massen- und Gruppenkommunikation bezeichnet. Alle Medien produzieren Kommunikationsleistungen, die durch das Ansatzverhältnis der in Kontakt gebrachten Kommunikatoren und Rezipienten sowie den sich daraus ergebenden Vervielfältigungs- und Bündelungswirkungen bestimmt sind.

Zur Nachzeichnung des Grundtrends, dem die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Position des Mediensektors in jüngerer Vergangenheit gefolgt ist, eignet sich am besten der noch nicht durch neue Bevölkerungs- und Gebietserweiterungen beeinflußte Untersuchungszeitraum von 1982 bis 1990, der nur die alten Bundesländer einschließt. Wie der Vergleich der Produktionswerte, der Bruttowertschöpfung und der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Mediensektors mit den entsprechenden Daten für den gesamten Dienstleistungssektor und die Gesamtwirtschaft belegt, hat dort die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Medien deutlich zugenommen.

Die Druckmedien erbrachten 1990 mit 60,1 % und 1992 mit 58,4 % wie bisher den größten Beitrag zum Produktionswert des Mediensektors von insgesamt 109,9 Mrd. DM (1990) bzw. 132,1 Mrd. DM (1992). Auf die elektronischen Medien entfielen 21,3 % bzw. 1992 23,2 % sowie auf den Handel mit Verlagserzeugnissen 18,5 % (1990) bzw. 18,4 % (1992). Die Anzahl der im Mediensektor sozialversicherungspflichtig Beschäftigten betrug 1990 rd. 426 000 (1,9 % der Gesamtwirtschaft) und 1992 rd. 495 000 (1,7 %). Aus dem Vergleich der Zahlen für die alten Bundesländer von 1990 mit den sich auf Gesamtdeutschland beziehenden Daten von 1992 läßt sich ersehen, daß der Anteil des Mediensektors an den genannten Bezugsgrößen in den neuen Ländern deutlich geringer war als in den alten.

Am sektoralen Bedeutungszuwachs waren die elektronischen Medien überproportional beteiligt. Auf die Druckmedien entfielen jedoch 1992 immer noch 67,9 % der Nachfrage nach Leistungen des Mediensektors.

Der Anteil von Medienprodukten am privaten Verbrauch lag 1992 bei rd. 2,5 %. Bezieht man funktional zugehörige Produkte der unterhaltungselektronischen Industrie ein, dann erreichte der Verbrauchsanteil etwa 3,7 %.

Die außenwirtschaftliche Verflechtung des Mediensektors lag unter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Sie nimmt aber zumindest bei den elektronischen Medien zu; dies gilt vor allem für den Import von Nutzungsrechten.

78 bis 143

II. Presse

78

1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die verfassungsrechtlichen Garantien der Presse in Art. 5 Abs. 1 GG werden durch die Landespressegesetze ausgestaltet und gewährleistet. Den daraus folgenden Rechten der Presse stehen jedoch auch Pflichten gegenüber, insbesondere die Sorgfaltspflicht bei der Berichterstattung. Als unabhängiges und von der Presse freiwillig eingesetztes Kontrollgremium tritt der Deutsche Presserat für die Beachtung der Grundregeln eines freien und verantwortlichen Journalismus ein.

78 bis 104

2 Zeitungen

Einer insgesamt gleichmäßigen Entwicklung auf den Märkten der Tagespresse im früheren Bundesgebiet stehen in der ehemaligen DDR umbruchartige Veränderungen seit der Wende im Jahre 1989 gegenüber.

Auf dem Zeitungsmarkt West ging auch von 1985 bis 1994 die Verlangsamung des Konzentrationsprozesses einher mit einer weiteren Festigung der Position der marktbeherrschenden Tageszeitungen, insbesondere solcher mit lokaler bzw. regionaler Verbreitung. Die relevanten Märkte dieser Zeitungen zeichnen sich inzwischen mehrheitlich durch kaum angefochtene Erstanbieterpositionen aus. Alleinanbieter sind dort um ein Mehrfaches häufiger zu finden als Zeitungen in nachrangiger Wettbewerbsposition. Die Zahl der Kreise oder kreisfreien Städte, über deren lokales Geschehen nur eine Tageszeitung regelmäßig berichtet, ist im Zeitraum 1985 bis 1993 nur geringfügig gestiegen. Die Zahl der „Publizistischen Einheiten" (Vollredaktionen) verminderte sich von 1985 bis 1994 um zwölf auf 114.

Wegen der seit längerem verfestigten Marktstrukturen blieben Zeitungsneugründungen im früheren Bundesgebiet auch nach 1985 fast alle erfolglos. Lediglich in zwei Fällen war der Marktzutritt durch besondere Umstände so begünstigt, daß sich die Zahl der seit 1954 auf Dauer erfolgreichen „echten" Gründungen von Zeitungen lokaler bzw. regionaler Verbreitung in den alten Bundesländern von eins auf drei erhöhte.

Im alten Bundesgebiet war die Gesamtauflage der Tageszeitungen nach einer langen Wachstumsperiode 1993 gegenüber 1983 etwas gefallen: Der sich auch nach 1983 fortsetzende langsame Auflagenanstieg der Abonnementtagespresse hatte den schon Ende der siebziger Jahre einsetzenden Auflagenrückgang der Straßenverkaufszeitungen nicht mehr ausgleichen können. Der Auflagenanteil der siebenmal wöchentlich erscheinenden Abonnementtageszeitungen verdoppelte sich auf 12,4 %.

Die Zahl der überregionalen Tageszeitungen (das sind Zeitungen, die den größeren Teil ihrer Verkaufsauflage außerhalb der Region ihres Erscheinungsortes absetzen) hat sich in den alten Bundesländern von fünf in 1985 auf vier in 1994 reduziert; drei dieser Blätter konnten ihre Auflage deutlich steigern. Demgegenüber hat sich die Zahl der drei Sonntagszeitungen, darunter zwei überregionale, in dieser Zeit nicht verändert; verglichen mit 1985 ist bei allen drei Titeln die Verkaufsauflage gestiegen.

In der DDR erschienen zwischen 1952 und 1989 insgesamt 38 Tageszeitungen, darunter 15 Abonnementzeitungen regionaler Verbreitung im Eigentum der SED mit dem Privileg der alleinigen flächendeckenden Lokalberichterstattung in jeweils einem der 15 Bezirke. Die vierzehn kleinauflagigen Zeitungen der sog. Blockparteien waren in ihrer Lokalberichterstattung im wesentlichen auf die Bezirkshauptstädte beschränkt. Ferner gab es sieben „Zentralorgane" der Parteien und

Massenorganisationen, eine Straßenverkaufszeitung sowie ein Organ der sorbischen Minderheit.

Mit der Wende in der DDR und dem sich anschließenden politischen und wirtschaftlichen Umbruch in den neuen Ländern ging die Nachfrage nach den ehemaligen „Zentralorganen" zurück; nur drei überlebten diese kritische Phase unter starken Auflageneinbußen. Infolge ihrer mangelnden lokalen Verwurzelung und ihren der führenden Zeitung im relevanten Markt weit unterlegenen Verkaufsauflagen hielten auch die meisten Regionalzeitungen der DDR-Blockparteien — trotz Privatisierung und Kooperation mit westdeutschen Verlagen — dem schärfer werdenden Wettbewerb nicht stand. Aus dieser Gruppe verfügte im November 1993 nur noch ein Titel über eine Vollredaktion und vier weitere überlebten als lokale Ausgaben größerer Zeitungen.

Als erfolgreich erwies sich erwartungsgemäß die Privatisierung der 15 ehemaligen SED-Bezirkszeitungen. Diese Blätter verkauften in ihrem Verbreitungsgebiet meist rd. 90 % der dort insgesamt erscheinenden Auflage. Die Treuhandanstalt verkaufte alle ehemaligen SED-Zeitungen ausschließlich an größere Presseverlage aus den alten Bundesländern, wobei (mit einer Ausnahme) den bereits bestehenden Kooperationsbeziehungen im Rahmen des wettbewerbsrechtlich Vertretbaren Rechnung getragen wurde. Die ausschließlich an wirtschaftlichen Gesichtspunkten ausgerichtete Verkaufspolitik hatte tiefgreifende, aber nicht zu vermeidende Folgen für die Entwicklung der privatisierten Presselandschaft: Die von der SED geschaffene Struktur des jeweils von einem weit überlegenen Großanbieter eindeutig beherrschten großregionalen Zeitungsmarktes blieb im Kern erhalten und bot damit eine wirtschaftlich solide Grundlage für die Behauptung der starken Marktposition der einstigen Bezirksblätter. 1993 war der Marktanteil dieser Zeitungen mit zusammen über 91 % noch etwas höher als vor dem politischen Umbruch. Elf von ihnen befanden sich 1993 in einer unangefochtenen Alleinanbieterposition, ebenso gehörten elf von ihnen zu den 25 größten Zeitungen Deutschlands.

Jene Marktstärke hatte auch unvermeidliche Rückwirkungen auf die vor allem von kleinen und mittleren westdeutschen Zeitungsverlagen neu gegründeten Zeitungen. Diejenigen der etwa 70 lokalen und regionalen Neugründungen, die dem Wettbewerbsdruck der großen Regionalzeitungen und sonstigen wirtschaftlichen Schwierigkeiten standhalten konnten, besaßen 1993 noch einen Marktanteil von zusammen rd. 5 %; dazu gehören sieben „echte" Neugründungen und acht Zeitungen des früheren Bundesgebietes, die ihr Verbreitungsgebiet in die neuen Bundesländer ausdehnen konnten.

Gemessen an den Umsätzen verlief die wirtschaftliche Entwicklung der Tageszeitungen im Berichtszeitraum insgesamt positiv: Lt. amtlicher Pressestatistik stieg allein der Umsatz aus Anzeigen und Vertrieb von 10,04 Mrd. DM in 1984 auf 12,83 Mrd. DM in 1990 und sodann 1991 in Gesamtdeutschland auf 14,77 Mrd. DM (davon 1,17 Mrd. DM in den neuen Ländern). Für die alten Länder ergibt sich für den Zeitraum von 1984 bis 1991 ein Zuwachs von rd. 36 %. Nach Erhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger hat sich der Zeitungsumsatz 1992 gegenüber dem Vorjahr um 7,45 % auf 16,58 Mrd. DM erhöht. Die Anteile des Vertriebs- und Anzeigengeschäftes am Zeitungsumsatz änderten sich nur geringfügig; auf das Anzeigengeschäft entfielen am Ende des Berichtszeitraumes nach wie vor rd. zwei Drittel des Umsatzes.

Zwar hatten die Zeitungsverlage seit etwa zwei Jahren konjunkturbedingt mit einem unbefriedigenden Anzeigengeschäft zu leben. Gleichwohl kann im Normalfall von einem insgesamt positiven Betriebsergebnis ausgegangen werden.

3 Zeitschriften — 104 bis 127

3.1 Allgemeiner Überblick — 104 bis 112

Im früheren Bundesgebiet beschränkten sich die überdurchschnittlich rasch ablaufenden und im Rahmen einer Gesamtbetrachtung wirtschaftlich stärker ins Gewicht fallenden Änderungen des Zeitschriftenmarktes im wesentlichen auf besonders wettbewerbsintensive Sparten der unterhaltenden Publikumszeitschriften.

Die Gesamtentwicklung vollzog sich größtenteils in gewohnten Bahnen: Die Zahl der gewerblich verlegten Zeitschriftentitel stieg in den Jahren 1983 bis 1991 um 30 %. Die verbreitete, d. h. die verkaufte und die unentgeltlich abgegebene Aufla-

ge aller Zeitschriften stieg vom vierten Quartal 1983 bis zum vierten Quartal 1991 um 46 % (einschließlich der neuen Bundesländer). In den Jahren von 1983 bis 1991 wuchs der Gesamtumsatz der Zeitschriften um 56 %. Der Anteil des Anzeigenumsatzes erhöhte sich von rd. 51 % auf 55 %; entsprechend sank der Umsatzanteil des Vertriebsgeschäfts von 49 % auf 45 %. Dagegen ist für die neuen Bundesländer mit 575 Zeitschriften im Jahre 1989 nach der Wende eine völlige Umstrukturierung der Zeitschriftenpresse insgesamt festzustellen. Hinsichtlich dieses Wandels, der den Fortfall bzw. hohe Auflageverluste vieler seit langem etablierter Titel ebenso einschließt wie das Hinzukommen bisher nicht vertretener Zeitschriftensparten, erlaubt das verfügbare Zahlenmaterial nur pauschale Aussagen; sie müssen wegen der großen Heterogenität des Zeitschriftensektors grundsätzlich auf einzelne Zeitschriftensegmente beschränkt bleiben.

112 bis 127

3.2 Entwicklungen in ausgewählten Zeitschriftengattungen

112 bis 113

3.2.1 Anzeigenblätter

Das Wachstum von Anzahl und Auflage der Anzeigenblätter setzte sich im Berichtszeitraum fort; lt. amtlicher Pressestatistik stieg von 1984 bis 1991 die Anzahl der Ausgaben von 1 203 auf 1 800, die Auflage von 42,1 Mio. auf 68,0 Mio. Exemplare (darunter die neuen Länder mit 2,7 Mio.) und der Umsatz von 1,03 Mrd. DM auf 2,08 Mrd. DM (51 Mio. DM). Der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) beziffern den Nettowerbeumsatz dieser Blätter für 1992 auf 2,41 Mrd. DM und für 1993 auf 2,60 Mrd. DM; der Umsatzanteil der neuen Länder betrug nach dieser Quelle 1992 rd. 0,25 Mrd. DM und 1993 0,30 Mrd. DM.

113 bis 114

3.2.2 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug

Bei den sonstigen lokalen Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug verringerte sich von 1983 bis 1991 die Anzahl der politischen Wochenblätter, der wirtschaftlich wichtigsten Sparte dieser Gruppe, trotz Einbezug der neuen Länder um 16 Titel von 105 auf 89. Zugleich stieg jedoch die verbreitete Auflage von rd. 560 000 auf etwa 600 000 Stück und der Umsatz um 5 Mio. DM auf 61 Mio. DM. Die Anzahl der in den neuen Ländern verbreiteten regionalen bzw. lokalen Wochenblätter lag 1993 nach Verbandsangaben noch bei etwa 15 Titeln; ihr standen allein in den Jahren 1990 bis 1992 etwa 50 Neugründungen gegenüber. Unter den amtlichen Blättern mit 1991 insgesamt 1 276 Titeln (darunter 19 mit überregionaler Verbreitung) dominierten wie bisher die wöchentlich erscheinenden Titel: Gegenüber 1983 mit 921 lokalen bzw. regionalen und drei überregionalen wöchentlichen Titeln erhöhte sich ihre Gesamtzahl auf 1 091 (darunter 2 überregionale) und die verbreitete Auflage von 1,7 Mio. auf 2,3 Mio. (darunter 13 Titel mit 104 000 Auflage aus Verlagen in den neuen Ländern).

114

3.2.3 Nachrichtenmagazine/Politische Wochenblätter

Auffälligste Veränderung auf dem Markt der Nachrichtenmagazine und Politischen Wochenblätter war die erfolgreiche Neueinführung eines weiteren Nachrichtenmagazins. Die Zahl der Politischen Wochenblätter mit Verkaufsauflagen von deutlich mehr als 50 000 Stück belief sich im vierten Quartal 1993 dank des in jüngerer Zeit hinzugetretenen Titels „Die Woche" und der ursprünglich nur in den neuen Bundesländern verbreiteten „Wochenpost" auf sechs — bei weiterhin großem Auflagenvorsprung des Marktführers.

114 bis 119

3.2.4 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Das beträchtliche Ansteigen von Einkommen und Medienbudgets der Privathaushalte im Berichtszeitraum eröffnete den Verlagen unterhaltender Publikumszeitschriften neue Möglichkeiten. Von 1984 bis 1991 nahm die Zahl solcher Titel um 321 (23,5 %) auf 1 685 zu (das sind 19 % aller gewerblich verlegten Zeitschriftentitel), ihre Verkaufsauflage stieg allerdings nur um 11,4 % auf 108,7 Mio. Exemplare. Die Anzahl der in den neuen Bundesländern verlegten Publikumszeitschriften sank

von 1989 bis 1991 von 60 auf 31. Im ersten Jahr nach dem Übergang zur Marktwirtschaft verloren sämtliche Publikumszeitschriften aus der ehemaligen DDR über die Hälfte ihrer Abonnenten. Gleichwohl hatte ein Teil dieser Titel, der Service- und Ratgeberleistungen anbot, auch nach 1990 relativ starke Marktpositionen inne. Einige Neugründungen westlicher Verlage bzw. deren Ostausgaben konnten sich ebenfalls durchsetzen.

Insbesondere das vermehrte Angebot von Niedrigpreis-Zeitschriften und die Einführung der dualen Rundfunkordnung verschärften die Wettbewerbssituation der unterhaltenden Publikumszeitschriften. Dennoch stiegen die Vertriebs- und Anzeigenumsätze von 1984 bis 1991 mit Unterbrechungen in den Jahren 1985 und 1989 weiter an (von 5,65 Mrd. DM auf 7,65 Mrd. DM). Die Verkaufsauflagen wuchsen von 97,61 auf 108,7 Mio. Stück (darunter 3,71 Mio. aus Verlagen der neuen Bundesländer); die unentgeltlich abgegebene Auflage erreichte 1990 mit 16,24 Mio. gegenüber 1984 eine Steigerung um 124 % und verdoppelte sich 1991 auf 33,75 Mio. Exemplare. In jenem Jahr wurden die Nettowerbeeinnahmen der unterhaltenden Publikumszeitschriften von 3,25 Mrd. DM erstmals von denen der Fernsehveranstalter (3,70 Mrd. DM) übertroffen; 1992 ergab sich ein Verhältnis von 3,38 Mrd. DM zu 4,33 Mrd. DM. 1993 erwirtschafteten die Zeitschriften 3,21 Mrd. DM, während das Fernsehen 4,83 Mrd. DM an Nettowerbeeinnahmen verbuchen konnte.

Auf dem Markt der bundesweit verbreiteten wöchentlich erscheinenden großen Illustrierten behaupteten sich trotz sinkender Auflagen drei von insgesamt vier Blättern.

Die — allerdings nicht eindeutig abgrenzbare — Gruppe der Frauenzeitschriften wuchs nach Anzahl und Auflage überdurchschnittlich. Zugleich verschärfte sich infolge der Neugründungen der Wettbewerb; die Auflagen einzelner Titel sanken.

Auf dem Markt der Programmzeitschriften gab das wachsende Angebot von neuen Fernsehprogrammen Anlaß zu erfolgreichen Neugründungen insbesondere von spielfilmorientierten Fernsehillustrierten. Anfang der neunziger Jahre erschienene Niedrigpreis-Objekte etablierten sich rasch; offen ist jedoch, wieviele davon sich angesichts relativ niedriger Verkaufsauflagen auf Dauer behaupten werden.

Andere Sonderbereichsentwicklungen in Gesellschaft und Wirtschaft eröffneten verlegerische Chancen zur Gründung von sog. Special-Interest-Zeitschriften.

3.2.5 Fachzeitschriften

119 bis 123

Die Fachzeitschriften entwickelten sich im Berichtszeitraum insgesamt wirtschaftlich gut, hatten allerdings 1993 erstmals seit 1985 einen Rückgang ihrer Nettowerbeeinnahmen (—5,8 % gegenüber dem Vorjahr) hinzunehmen. Gleichwohl zählen sie innerhalb der periodischen Presse nach den Anzeigenblättern sowie den Wochen- und Sonntagszeitungen zu den Werbeträgern, deren Werbeeinnahmen in den letzten Jahren prozentual am meisten stiegen: Die Nettowerbeerlöse wuchsen von 1984 bis 1993 von 1,32 Mrd. DM auf 2,19 Mrd. DM (+66 %). Gemäß amtlicher Pressestatistik erhöhte sich von 1983 bis 1991 die Anzahl der Titel von 2 862 auf 3 720 (darunter 90, die in den neuen Ländern verlegt wurden); dagegen sank die Verkaufsauflage von 40,1 Mio. auf 39,6 Mio. Exemplare (0,60 Mio.). Der Umsatz aus Anzeigen und Vertrieb kletterte von 2,14 Mrd. DM auf 3,79 Mrd. DM (28,92 Mio. DM). Die wissenschaftlichen Fachzeitschriften waren 1991 an der Titelzahl mit 1 713 (66) und am Gesamtumsatz mit 1,50 Mrd. DM (21,88 Mio. DM) beteiligt.

3.2.6 Konfessionelle Presse

123 bis 127

Der amtlichen Pressestatistik zufolge stieg in den alten Bundesländern von 1984 bis 1990 die Zahl der (gewerblich verlegten) konfessionellen Zeitschriften trotz Rückgang der verbreiteten Gesamtauflage um fünf auf 318 Titel an. In der ehemaligen DDR hatten die Kirchengebietsblätter nach der Wende Auflagenrückgänge bis zu 25 % hinzunehmen. 1991 registriert die amtliche Statistik insgesamt 347 Titel (davon neun in den neuen Bundesländern) mit einer verkauften Auflage von 6,61 Mio. Exemplaren (231 000). Nach Angaben aus Fachkreisen war indes die tatsächliche Auflage bedeutend höher.

127

3.3 Bestandsentwicklung der Periodika in „Die Deutsche Bibliothek"

Die Bundesanstalt „Die Deutsche Bibliothek" umfaßt die Deutsche Bücherei in Leipzig und die Deutsche Bibliothek in Frankfurt/Main mit einem Bestand von insgesamt rd. 12,55 Mio. Einheiten. Beide Bibliotheken verfügten in den achtziger Jahren über einen ähnlich gleichen Bestand von jeweils mehr als 60 000 laufenden Periodika.

127 bis 135

4 Buchmarkt

Der Zahl nach bilden weiterhin Klein- und Mittelbetriebe den Schwerpunkt des herstellenden Buchhandels (Verlage). Diese konnten sich im Berichtszeitraum relativ gut behaupten, wenngleich, wie in den vorangegangenen Jahren, geringfügige Konzentrationsvorgänge zu verzeichnen waren. Die amtliche Umsatzsteuerstatistik zählte 1990 insgesamt 1 878 Verlagsunternehmen, die in jenem Jahr einen Umsatz von 9,7 Mrd. DM erzielten. Die Titelproduktion war im Jahre 1992 mit 67 277 Titeln, nach den Ländern der ehemaligen Sowjetunion und den USA, die drittgrößte der Welt.

Die Umsatzsteuerstatistik erfaßt im verbreitenden Buchhandel für 1990 rd. 4 726 Unternehmen, die im Einzelhandel tätig sind. Sie erzielten einen steuerbaren Umsatz von 5,55 Mrd. DM. Den wirtschaftlichen Schwerpunkt des Einzelhandels bildete der Sortimentsbuchhandel, über den 1992 mehr als die Hälfte der Umsätze abgewickelt wurde. Die Buchgemeinschaften haben in den letzten Jahren Umsatzanteile verloren. Ihr Anteil am Verkauf von Büchern und Fachzeitschriften ging zwischen 1982 und 1992 um 2,7 Prozentpunkte zurück.

Die vor einigen Jahren aufgekommene pessimistische Annahme, das Buch würde aufgrund des Vordringens elektronischer Medien an Bedeutung verlieren, hat sich nicht bewahrheitet. Sowohl hinsichtlich der Titelproduktion als auch hinsichtlich der Umsatzzahlen hat sich das Buch am Medienmarkt behauptet.

Zur Stützung der Stellung des Buches in einer durch die neuen Medien veränderten Kommunikationslandschaft hat die Bundesregierung zwei wichtige Entscheidungen getroffen:

- die Beibehaltung der Preisbindung für Verlagserzeugnisse. Hierfür haben sich alle Fraktionen des Deutschen Bundestages mehrfach ausgesprochen. Die Bundesregierung wird sich dafür einsetzen, daß am System der Preisbindung auch im gemeinsamen europäischen Binnenmarkt festgehalten wird;
- die Beibehaltung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Verlagserzeugnisse. Im Hinblick auf den europäischen Binnenmarkt bemüht sich die Bundesregierung mit großer Aussicht auf Erfolg, auch dieses Ziel durchzusetzen.

135 bis 142

5 Pressevertrieb

In den Jahren 1984 bis 1987 stieg die Anzahl der vom Pressegroßhandel in den alten Ländern belieferten Presse-Verkaufsstellen der Einzelhandelsebene von 90 916 auf 93 039 und sank dann erstmals bis 1990, und zwar um 0,46 %. Nach Verbandsangaben blieb dort die Händlerdichte mit 657 Einwohnern pro Verkaufsstelle dennoch weitaus höher als in anderen westeuropäischen Staaten. Nach dem Ergebnis einer 1991 vorgenommenen Zwischenerhebung belieferte der Pressegroßhandel in den neuen Ländern nach Abschluß der ersten Aufbauphase des dort nach der Wende neu geschaffenen Pressevertriebssystems 15 650 stationäre Einzelhändler. Wie zuvor blieb die Belieferung mit Zeitungen und Zeitschriften durch einen Grossisten im deutschen Einzelhandel der Normalfall. Der Umsatz des Einzelhandels mit dem Endverbraucher betrug 1993 rd. 6,7 Mrd. DM in den alten und etwa 0,91 Mrd. DM in den neuen Ländern.

Im Großhandel mit Zeitungen und Zeitschriften (Presse-Grosso) betätigten sich 1993 insgesamt 97 Firmen, davon 80 in den alten Ländern. An dreizehn Pressegroßhandlungen, darunter acht in den neuen Ländern, waren Verlage beteiligt. In den alten Ländern stieg der Gesamtumsatz der Branche von 3,8 Mrd. DM 1983 auf 4,97 Mrd. DM im Jahre 1993. Der erst nach Öffnung der Grenze zur DDR aufgebaute Pressegroßhandel in den neuen Ländern erzielte 1991 etwa 0,56 Mrd. DM Umsatz (1992: 0,59 Mrd. DM und 1993 0,68 Mrd. DM).

Nach Auffassung der Bundesregierung hat sich das bestehende Pressevertriebssystem in der Vergangenheit bewährt. In den neuen Ländern war der Aufbau zum Berichtszeitpunkt allerdings noch nicht abgeschlossen und bedarf weiterhin aufmerksamer Beobachtung.

Über den Postzeitungsdienst wurde Mitte 1994 fast die Hälfte der pro Erscheinensintervall verkauften Zeitungen und Zeitschriften vertrieben. Der Dienstleistungsstandard des Postzeitungsdienstes in den neuen Ländern wurde sukzessive dem der alten Länder angepaßt. Poststrukturreform und Einigung Deutschlands stellen den Postzeitungsdienst vor neue Herausforderungen. Zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit sollen zur schnelleren Auslieferung bzw. Zustellung ein Express-Vertrieb für Zeitschriften mit hohen Postauflagen und ein Schnelläufernetz für Tageszeitungen eingeführt werden. Außerdem ist die Kostenunterdeckung des Postzeitungsdienstes weiter abzubauen. Diesen Prozeß wird die Bundesregierung entsprechend ihrer bisherigen, die medienpolitische Bedeutung des Dienstes einbeziehenden Haltung begleiten.

Bei den verlagseigenen Vertriebssystemen waren in den alten Bundesländern keine tiefgreifenden Änderungen zu verzeichnen. Nach Aufhebung des Vertriebsmonopols der Deutschen Post bauten Presseverlage ab Mitte 1990 auch in der ehemaligen DDR eigene Zustellorganisationen auf. Lt. amtlicher Pressestatistik wurden 1991 in den neuen Ländern 75,8 % der Abonnementsauflage der erfaßten 34 Abonnementzeitungen mittels verlagseigener Systeme vertrieben. In den alten Ländern betrug dieser Anteil nur 66,4 %.

6 Wirtschaftliche Hilfen — 142 bis 143

Im früheren Bundesgebiet wurden von 1968 bis 1991 insgesamt 561 ERP-Darlehen in Höhe von zusammen 303 Mio. DM für Investitionsfinanzierungen kleiner und mittlerer Presseverlage gewährt. Für Investitionen von Presseunternehmen in den neuen Ländern stellte die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) von 1990 bis 1993 insgesamt 54 Kredite über zusammen 68,14 Mio. DM zur Verfügung, darunter 24 Kredite in Höhe von rd. 8 Mio. DM aus ERP-Mitteln. Im gleichen Zeitraum stellte die Deutsche Ausgleichsbank für zwölf Vorhaben von Presseverlagen ein Kreditvolumen von 6 Mio. DM bereit.

III. Rundfunk — 143 bis 208

1 Duale Rundfunkordnung — 143 bis 146

In der Bundesrepublik Deutschland traten im Berichtszeitraum neben die öffentlich-rechtlichen auch privat(wirtschaftlich)e Hörfunk- und Fernsehveranstalter. Die frühere Alleinstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist im Rahmen der dualen Rundfunkordnung aufgehoben worden.

Der Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991 stellt beiden Rundfunksystemen die für die Veranstaltung von Rundfunk notwendigen Instrumente organisatorischer, technischer und finanzieller Art zur Verfügung. Gleichzeitig ist hierin festgelegt, daß auch der private Rundfunk eine öffentliche Aufgabe hat und damit den gesetzlich vorgeschriebenen Programmanforderungen unterliegt.

Da die Veranstaltung von Rundfunk grundsätzlich Angelegenheit der Länder ist, haben diese die entsprechenden Regelungen für die Einführung und Ausgestaltung des privaten Rundfunks getroffen. Der Rundfunkstaatsvertrag legt hierfür Mindestanforderungen fest.

Zehn Jahre nach den Anfängen des dualen Rundfunksystems hat sich diese Rundfunkordnung in ganz Deutschland durchgesetzt, allerdings mit unterschiedlichen wirtschaftlichen Folgen. Die privaten Fernsehveranstalter haben überall an Reichweiten und Werbeeinnahmen gewonnen. Im Hörfunkbereich verlief diese Entwicklung zögerlicher.

Die in Deutschland zur Verfügung stehenden Frequenzen sind überwiegend verteilt. Durch die Kabel- und Satellitentechnik war es möglich, die Zahl empfangbarer Rundfunkprogramme zusätzlich zu steigern. Die Gründungsphase privater Programme kann zwar als weithin abgeschlossen angesehen werden, doch treten

nach wie vor neue Anbieter mit Erfolgschancen auf den Markt. Sie bieten neben Vollprogrammen vor allem Spartenprogramme an.

146 bis 170

2 Rechtliche und strukturelle Entwicklung

146 bis 156

2.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

146 bis 147

2.1.1 Fortentwicklung des Rundfunkrechts

Die sprunghafte Entwicklung im Bereich der Informations- und Kommunikationstechniken, die Entwicklung der dualen Rundfunkordnung und die Herstellung der Einheit Deutschlands waren der Anlaß dafür, daß die medienrechtlichen Bestimmungen in den letzten Jahren sehr häufig geändert wurden. Darüber hinaus wurden durch einige Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts Gesetzesnovellierungen notwendig. Infolgedessen hat sich seit 1985 das Rundfunkrecht weiterentwickelt.

147 bis 151

2.1.2 Strukturelle Entwicklung

Grundlage für die Neuordnung der Rundfunklandschaft in den neuen Bundesländern bildete Art. 36 des Einigungsvertrages. Danach wurden der ehemalige „Rundfunk der DDR" und der ehemalige „Deutsche Fernsehfunk" als gemeinschaftliche staatsunabhängige, rechtsfähige Einrichtung von den neuen Bundesländern und dem Land Berlin für den Teil, in dem das Grundgesetz bis dahin nicht gegolten hatte, übergangsweise weitergeführt, soweit sie Aufgaben wahrnahmen, für die die Zuständigkeit der Länder gegeben war. Die Länder hatten nach Art. 36 Abs. 6 Satz 1 die Möglichkeit, die Einrichtung nach Maßgabe der föderalen Struktur des Rundfunks durch einen gemeinsamen Staatsvertrag aufzulösen oder in Anstalten des öffentlichen Rechts einzelner oder mehrerer Länder zu überführen. Nachdem ein solcher Staatsvertrag nicht zustande kam, wurde die Einrichtung zum 31. Dezember 1991 aufgelöst. Die betroffenen Länder waren gezwungen, von ihrer Rundfunkkompetenz Gebrauch zu machen und neue Strukturen zu schaffen. Durch eine Verwaltungsvereinbarung regelten ARD und ZDF zunächst die Fortführung des Programms von Deutschlandsender Kultur (DS Kultur) bis zur Gründung der vorgesehenen Gemeinschaftseinrichtung von ARD/ZDF zur Veranstaltung eines nationalen Hörfunks. Der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) entstand durch einen Staatsvertrag der Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. In Brandenburg wurde mit dem Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB) die einzige Rundfunkanstalt im Gebiet der ehemaligen DDR errichtet, die von einem Bundesland allein getragen wird. Mecklenburg-Vorpommern schloß sich über einen Staatsvertrag dem NDR an. In Berlin dehnte der SFB ohne Änderung des Rundfunkgesetzes sein Sendegebiet auf das gesamte Stadtgebiet aus. Berlin und Brandenburg schlossen zusätzlich einen Staatsvertrag über die Zusammenarbeit im Bereich des Rundfunks ab, um zu einer gemeinsamen Rundfunkordnung zu gelangen.

Die Neuordnung des bundesweiten Hörfunks wurde in mehreren Schritten vollzogen. Die Bundesregierung und die Ministerpräsidenten der Länder verständigten sich darauf, das Programm von RIAS-TV zu beenden. Zum 28. März 1992 stellte der Sender sein Programm endgültig ein und gab die entsprechenden Frequenzen zurück. Am 1. April 1992 startete die Deutsche Welle (DW) mit den sächlichen und personellen Mitteln von RIAS-TV die Ausstrahlung eines Satelliten-Fernsehinformationsprogramms in deutscher und englischer Sprache. In einem weiteren Schritt wurde das Programm RIAS 2 eingestellt. Der Privatsender r.s. 2 übernahm einen Teil der Mitarbeiter von RIAS 2. Am 19. Mai 1992 haben die Regierung der Bundesrepublik Deutschland und die Regierung der Vereinigten Staaten von Amerika das Abkommen über die Förderung der deutsch-amerikanischen Völkerverständigung im Rundfunkwesen und die Durchführung von Austauschprogrammen für Rundfunkfachleute unterzeichnet und damit die RIAS BERLIN-Kommission errichtet; das Abkommen trat am 26. Oktober 1992 in Kraft.

Nach Verhandlungen unterzeichneten die Bundesregierung und die Länder am 17. Juni 1993 den Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag. Dadurch wurden der Deutschlandfunk (DLF) und RIAS Berlin aus der Bundes- in die Länderzuständigkeit überführt. Die Bundesregierung leistete den Ländern somit erhebliche Starthilfe in

technischer, personeller, logistischer und finanzieller Hinsicht, so daß diese mit dem ebenfalls am 17. Juni 1993 unterzeichneten Staatsvertrag das Deutschlandradio errichten und die Grundlage für den bundesweiten Hörfunk schaffen konnten.

Unter Einbeziehung von DLF, RIAS Berlin und DS Kultur wurde eine von ARD und ZDF gemeinsam betriebene Körperschaft, das Deutschlandradio, gegründet. Seit dem 1. Januar 1994 werden zwei werbefreie Hörfunkprogramme mit Schwerpunkt in den Bereichen Information und Kultur verbreitet.

Nach der Überleitung des Deutschlandfunks ist die Deutsche Welle (DW) die einzige Bundesrundfunkanstalt.

2.1.3 Entwicklungen im Programmbereich der Rundfunkanstalten

151 bis 153

Die Entwicklung im Programmbereich wurde zunächst von der allmählichen Zunahme des Angebots privater Hörfunk- und Fernsehveranstalter geprägt, die sich mit unterschiedlichem Erfolg neben den bis dahin konkurrenzlosen öffentlich-rechtlichen Anstalten etablierten. Nachdem eine Vielzahl privater Veranstalter am Markt Fuß gefaßt hatte, entstanden bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter durch Verluste bei den Werbeeinnahmen Finanzierungsprobleme. Dies führte zu Sparmaßnahmen und löste eine Diskussion über die Notwendigkeit anstaltsinterner Strukturreformen aus, die noch nicht abgeschlossen sind.

ARD und ZDF haben ihr inländisches Programmangebot im Berichtszeitraum erheblich ausgedehnt. Im Hörfunkbereich der ARD-Anstalten ist eine Erweiterung auf bis zu fünf Programme je Anstalt festzustellen; insgesamt nahm zwischen 1985 und 1992 die Zahl der deutschsprachigen Hörfunkprogramme von 31 auf 49 zu.

Die Zahl der Dritten Fernsehprogramme der ARD stieg seit 1990 von fünf auf sieben, die der regionalen Vorabendprogramme von acht auf zehn. Ferner starteten die beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Berichtszeitraum ein gemeinsames Mittagsmagazin und das sog. Frühstücksfernsehen. Zum 1. Dezember 1993 stellte die ARD ihr eigenes, 1986 eingeführtes Kulturprogramm EINS PLUS ein und trat als gleichberechtigter Partner 3sat bei. Am 1992 gegründeten Europäischen Kulturkanal ARTE sind ARD und ZDF beteiligt.

2.1.4 Kontrolle über die Rundfunkanstalten

153 bis 154

Die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Anstalten ist primär eine anstaltsinterne Aufgabe und obliegt den Kontrollgremien Rundfunkrat und Verwaltungsrat. Diese Zuständigkeitsregelung soll die Freiheit des Rundfunks von staatlicher Beherrschung und Einflußnahme sicherstellen.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unterliegen einer mehrstufigen Aufsicht hinsichtlich ihrer Ausgaben und ihres Haushaltsgebarens. Während die Notwendigkeit einer solchen Kontrolle der Verwendung der finanziellen Mittel unbestritten ist, wird die Frage ihrer verfassungsrechtlich einwandfreien Ausgestaltung immer wieder diskutiert.

2.1.5 Festsetzung der Rundfunkgebühren

154 bis 156

Seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland sind die Rundfunkgebühren mehrmals erhöht worden. Im Rundfunkstaatsvertrag von 1991 ist für das alte Bundesgebiet eine Anhebung der Gebühren zum 1. Januar 1992 festgelegt worden; die Gebühren in den neuen Bundesländern werden bis zum 1. Januar 1995 schrittweise angeglichen. Diese Gebührenerhöhung dient zusätzlich auch der Finanzierung des Rundfunkaufbaus im Beitrittsgebiet und des bundesweiten Hörfunks sowie der deutschen Beteiligung am Europäischen Fernsehkulturkanal ARTE.

Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 22. Februar 1994 festgestellt, daß das bisherige Verfahren der Gebührenfestsetzung den Anforderungen prozeduralen Grundrechtsschutzes nicht in vollem Umfang genügt. Die Länder sind aufgefordert, alsbald für eine verfassungsgemäße Regelung zu sorgen.

156 bis 170 **2.2 Privatwirtschaftlicher Rundfunk**

156 bis 160 **2.2.1 Rechtliche und organisatorische Grundlagen**

Rundfunk ist grundsätzlich Angelegenheit der Länder, so daß diese die entsprechenden Regelungen für die Einführung und Ausgestaltung des privatwirtschaftlichen Rundfunks getroffen haben. In den Landesmediengesetzen sind die Zulassungsbedingungen für landesweiten, regionalen und lokalen Rundfunk geregelt. Zugleich enthalten sie landesspezifische Programmanforderungen und Vorkehrungen zur Sicherung von Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit landesweiter und lokaler Anbieter sowie nähere Bestimmungen zum Jugendschutz, zu Werbung und Sponsoring.

Fast alle Landesmediengesetze enthalten darüber hinaus auch Regelungen für die Zulassung Offener Hörfunk- und Fernsehkanäle.

Die Ausführung der Landesmediengesetze obliegt den Landesmedienanstalten. Neben der Lizenzierung und der Vielfaltskontrolle gehört insbesondere die Programmaufsicht zu ihren originären Aufgaben. Diese Aufsichtsfunktion erstreckt sich auf die Einhaltung der Programmgrundsätze, der Jugendschutzbestimmungen und der Werberichtlinien.

Seit Einführung des privatwirtschaftlichen Rundfunks in Deutschland wurde die von den Landesmedienanstalten vorzunehmende Sicherung der Meinungsvielfalt in ihren möglichen Konsequenzen für die Medienvielfalt diskutiert. Sie war auch Gegenstand mehrerer Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts. Demzufolge hat der Landesgesetzgeber dafür Sorge zu tragen, daß das Gesamtangebot der inländischen Programme der bestehenden Meinungsvielfalt im wesentlichen entspricht und der Rundfunk nicht einer oder einzelnen gesellschaftlichen Gruppen ausgeliefert wird. Ferner sind die Länder gehalten, publizistischen Konzentrationsprozessen zu begegnen, wenn sie die Meinungsvielfalt im Rundfunk bedrohen.

160 bis 164 **2.2.2 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Hörfunks**

In den einzelnen Ländern wurden aufgrund der Landesmediengesetze unterschiedliche Konzepte hinsichtlich der Verbreitungsgebiete bei der Zulassung privatwirtschaftlicher Hörfunkveranstalter entwickelt. Die Mehrzahl der Bundesländer hat sich dazu entschieden, neben den bundesweit empfangbaren Programmen landesweite Programme mit regionalen und/oder lokalen Fenstern zuzulassen.

Als bundesweiter Hörfunkveranstalter gilt, wen eine Landesmedienanstalt lizenziert hat und wessen Programm flächendeckend — meist nur über Kabel und/oder Satellit — im gesamten Bundesgebiet zu empfangen ist. Ende 1993 waren acht bundesweite private Hörfunkprogramme zu empfangen. Bei den bundesweit ausgestrahlten Programmen zeigt sich neben der europaweiten Ausrichtung des Programmformats eine Spezialisierung in Form des Ladenfunks oder auf bestimmte Musikmuster (Klassik, Volksmusik). Ein allgemeines Problem der bundesweiten Programme ist, daß diese nicht durchgängig über terrestrische Frequenzen zu empfangen sind.

Als landesweiter Hörfunkveranstalter gilt, wen die zuständige Landesmedienanstalt entsprechend lizenziert und mit ausreichenden Frequenzen ausgestattet hat, so daß er flächendeckend im gesamten Land zu empfangen ist. Bis Ende 1993 waren in der Bundesrepublik Deutschland 26 landesweite private Hörfunkveranstalter auf Sendung.

Als lokaler Hörfunkveranstalter gilt, wer von der zuständigen Landesmedienanstalt für einen begrenzten geographischen Raum (Stadt/Landkreis/Region) eine Sendeerlaubnis erhalten und Frequenzen zugeteilt bekommen hat. Derartige Programme sind durch den Musikteil und die Berichterstattung über das örtliche Geschehen bestimmt.

164 bis 168 **2.2.3 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Fernsehens**

Ende 1993 waren zehn privatwirtschaftliche Veranstalter bundesweit auf dem Fernsehmarkt aktiv. Im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Programmen haben deren Programme einen hohen Unterhaltungsanteil.

Private Fernsehanbieter haben fast alle ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen oder Bayern. Ausschlaggebend für die Wahl des Sitzes war und ist neben der medienrechtlichen Infrastruktur vor allem die Frage, inwieweit die Landesmedienanstalt des betreffenden Landes bereit war, dem Veranstalter terrestrische Frequenzen zuzuteilen. Bis auf eine Ausnahme sind alle privatwirtschaftlich veranstalteten Fernsehprogramme über Kabel und Satellit zu empfangen; einige Veranstalter verfügen über terrestrische Frequenzen.

Durch die Fortentwicklung und Verbreitung insbesondere der Satellitentechnik stieg die Zahl der in der Bundesrepublik Deutschland empfangbaren Fernsehprogramme im Berichtszeitraum sprunghaft an. Über europäische Rundfunk- und Fernmeldesatelliten werden z. Zt. mehr als 70 Programme verbreitet, die zu einem großen Prozentsatz in Deutschland empfangen werden können.

Regional- und Lokalprogramme wurden bisher nur über Kabel oder in zeitlich begrenzten Fensterprogrammen über RTL und SAT.1 gesendet. Ende des Jahres 1993 gab es 26 regionale und lokale Anbieter für die Fensterprogramme der beiden bundesweiten Anbieter; dabei handelt es sich überwiegend um landesweite Veranstalter. Die Tendenz geht jedoch z. Zt. dahin, lokalen bzw. regionalen Anbietern terrestrische Frequenzen zur Verfügung zu stellen.

Bei den erst in jüngerer Zeit neu auf den Markt getretenen Fernsehveranstaltern ist deutlich ein Trend zur Spezialisierung auf ein bestimmtes Programmprofil oder auf eine bestimmte Region (z. B. im Rahmen eines sog. „Ballungsraumfernsehens“) zu beobachten. Daneben gewinnt die Form des Abonnementfernsehens für Zuschauer wie Veranstalter zunehmend an Attraktivität.

Dank der fortschreitenden technischen Entwicklung sind künftig auch andere Formen des nicht werbefinanzierten privaten Fernsehens denkbar, insbesondere „pay per view“, „video on demand“ und interaktives Fernsehen. Die permanente Fortentwicklung der Kommunikationstechnik macht noch viele weitere Veränderungen im Fernsehbereich wahrscheinlich.

2.2.4 Offene Rundfunkkanäle

168 bis 170

Offene Rundfunkkanäle dienen der lokalen oder regionalen Verbreitung nichtprofessioneller Rundfunkbeiträge. Einzelpersonen, gesellschaftlichen Gruppen, Organisationen, Vereinen, Verbänden und Institutionen steht hier die Möglichkeit offen, selbständig und in eigener Verantwortung Rundfunkbeiträge herzustellen und senden zu lassen. Träger der Offenen Kanäle sind entweder Landesmedienanstalten oder gemeinnützige Vereine.

Die Beiträge in Offenen Kanälen müssen den im Rundfunkstaatsvertrag enthaltenen allgemeinen Programmgrundsätzen genügen, dürfen keine Werbung enthalten, nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet sein und nicht gegen Entgelt ausgestrahlt werden.

Mitte 1993 gab es im Hörfunk vier und im Fernsehbereich 27 Offene Kanäle. In Nordrhein-Westfalen sind die Offenen Hörfunkkanäle Bestandteil der insgesamt 44 lokalen Radiostationen (sog. Bürgerfunk).

3 Wirtschaftliche Entwicklung

170 bis 185

Die Einführung der dualen Rundfunkordnung hat im Berichtszeitraum in stark steigendem Maße auch die wirtschaftliche Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geprägt. Der prozentuale Anteil der Werbung an der Einnahmensumme dieses Sektors aus Rundfunkgebühren und Nettowerbeumsätzen, der 1989 rd. 33 % betragen hatte, ist bis Ende 1993 um mehr als die Hälfte gesunken. Mit einem Minus gegenüber dem Kulminationsjahr 1989 von fast 50 % ergab sich 1993 der zwischen 1989 und 1993 größte Umsatzeinbruch beim Werbefernsehen des öffentlich-rechtlichen Sektors: Seine Nettoumsätze sanken in diesem Zeitraum von 1,61 Mrd. DM auf 0,82 Mrd. DM und im weniger eng begrenzten Werbefunk um 19,6 % auf 0,55 Mrd. DM. Parallel dazu stiegen die Nettoumsätze des privaten Sektors im Werbefernsehen um 525 % auf 4,01 Mrd. DM und im Werbefunk um 182 % auf 0,46 Mrd. DM.

Die im Berichtszeitraum vorgenommenen Erhöhungen der Rundfunkgebühr waren zwar weitaus höher als die Rückgänge bei den Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, haben jedoch deren Mehraufwendungen nicht ausgeglichen.

Die erwerbswirtschaftlich tätigen privaten Rundfunkanbieter finanzierten sich mit Ausnahme eines Veranstalters von Abonnementfernsehen (Pay-TV) nahezu ausschließlich durch Werbung. Den seit 1984 auf den Markt gekommenen inländischen Hörfunksendern gelang 1988 ein nachhaltiger Durchbruch zu überdurchschnittlichen Zuwachsraten bei den Einnahmen. Zwar läßt sich von der allgemeinen Entwicklung der Hörfunkwerbeumsätze nicht sicher auf die wirtschaftliche Lage der einzelnen Programmanbieter schließen, aber der bisherige Trend des Einnahmengesamtaufkommens rechtfertigt jedenfalls keinen generellen Pessimismus für die Zukunft der zum Teil sehr unterschiedlichen Regelungen unterworfenen Branche.

Privatwirtschaftliche Fernsehveranstalter mit lokalem bzw. regionalem Verbreitungsgebiet hatten bislang mit erhöhten wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen. Fernsehwirtschaftliches Gewicht erlangten bis Ende 1993 nur Veranstalter mit bundesweitem oder größerem Tätigkeitsfeld; zwei davon erzielten Umsätze von mehr als 1 Mrd. DM. Ihr Entwicklungsvorsprung verwies andere private Wettbewerber auf Ausweichstrategien wie Produktdifferenzierung und/oder Marktnischensuche.

185 bis 189

IV. Nachrichtenagenturen

In Deutschland bieten Mitte 1994 fünf Nachrichtenagenturen deutschsprachige Dienste an: Deutsche Presse-Agentur (dpa), Deutscher Depeschen Dienst/Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst (ddp/ADN), Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP) und Reuters (rtr).

Im Berichtszeitraum haben die Nachrichtenagenturen durch den Ausbau ihres Angebotes und durch sendetechnische Investitionen Marktnischen erschlossen bzw. neue Kundenkreise hinzugewonnen. Die damit einhergehende Verstärkung des Trends in Tagespresse und Rundfunk, zwei oder mehrere Agenturen zu abonnieren, hat die Wahlmöglichkeiten der Medien bei der Gestaltung ihres Informationsangebots erweitert.

189 bis 208

V. Film, audiovisuelle Medien und Tonträger

189 bis 199

1 Film

Die Attraktivität des Spielfilms im Kino hat 1993 wieder erheblich zugenommen. Die Zahl der Kinobesucher stieg in diesem Jahr auf eine seit Jahren nicht mehr erreichte Zahl von über 130 Mio., was gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung von ca. 23 % bedeutet. Der Umsatz der Filmtheater steigerte sich von 1992 auf 1993 in den alten Bundesländern um 28,9 %, in den neuen um 61,1 %. Damit scheint — trotz der erheblich gewachsenen Konkurrenz von seiten des Fernsehens und des Videomarktes — das Interesse am Kino wieder zu wachsen.

Allerdings ist dieser Aufwind bei den Zahlen der Filmtheaterbesucher weniger dem deutschen als vielmehr dem US-amerikanischen Film zugute gekommen. Dessen Marktanteil betrug im Jahr 1992 (gemessen an den Verleihumsätzen) 82,8 % und besaß im Jahr 1993 eine ähnliche Größenordnung. Der Anteil des deutschen Films am Verleihumsatz betrug 1992 9,5 %, im Jahr 1993 ca. 8,5 %. Der Anteil des europäischen Films lag 1992 und 1993 bei knapp über 5 %.

Insgesamt befindet sich der deutsche Film wirtschaftlich und qualitativ bzw. künstlerisch in einer Krise. Die Zahl der herausragenden Filme (Vergabe von Filmpreisen usw.) ist gegenüber den siebziger und achtziger Jahren geringer geworden. Der Marktanteil des deutschen und des europäischen Films ist völlig unzureichend. Mehr als ein Drittel der in Deutschland produzierten Filme gelangt nicht ins Kino, weil sie keinen Verleih finden.

Diese Entwicklung konnte durch die staatliche Filmförderung von Bund und Ländern nicht aufgehalten werden.

Die Filmförderung des Bundes über das Bundesministerium des Innern belief sich in den vergangenen Jahren auf ca. 15 Mio. DM. Für die wirtschaftliche Förderung des Bundes über die Filmförderungsanstalt (FFA) standen jährlich zwischen 40 und 50 Mio. DM zur Verfügung.

Rechtliche Grundlage der wirtschaftlichen Förderung ist das Filmförderungsgesetz (FFG), das zum 1. Januar 1993 novelliert worden ist. Das FFG zielt noch stärker als in der Vergangenheit auf die Verbesserung der wirtschaftlichen Strukturen der Filmproduktion in Deutschland und auf eine verstärkte Förderung von publikumsorientierten Filmen.

War noch im Jahre 1985 die Filmförderung des Bundes das wesentliche Förderinstrument, so haben die Länder in den vergangenen Jahren ihre Filmförderung aus wirtschaftlichen und kulturellen Gründen erhöht. Während den Ländern 1985 noch ca. 45 Mio. DM zur Verfügung standen, betrug das Ausgabensoll für die Filmförderung 1993 157 Mio. DM. Diese Filmförderaktivitäten der Länder haben, so begrüßenswert sie im Prinzip sind, wegen ihres regionalen Effektes zu einer erheblichen Zersplitterung der Förderung geführt und insgesamt nicht zur Entstehung einer größeren Zahl publikumsattraktiver Filme beigetragen.

Aufgabe bleibt es, die Maßnahmen von Bund und Ländern auf wenige Projekte zu konzentrieren und als Maßstab für die Filmförderung verstärkt das Publikumsinteresse heranzuziehen. Neben einer Förderung des Verleihs und Vertriebs von deutschen und europäischen Filmen müssen Mittel und Wege gefunden werden, durch die sich privates Kapital in stärkerem Umfang als bisher an der deutschen und europäischen Filmproduktion beteiligt.

2 Audiovisuelle Medien

199 bis 202

Unter audiovisuellen Medien (AV-Medien) werden elektronische Medien verstanden, deren Leistungsspektrum die Speicherung schneller Bild- und Tonfolgen einschließt.

Der Videorekorderabsatz stieg von 1,5 Mio. Stück 1984 auf 3,3 Mio. im Jahre 1990 und sank dann bis 1993 auf 3,0 Mio. An den Stückzahlen des Kulminationsjahres 1990 waren die neuen Bundesländer mit etwa 0,8 Mio. Stück beteiligt. Der Anteil der Haushalte mit mindestens einem Videorekorder lag nach Erhebungen im Auftrag der Geräteindustrie 1993 insgesamt bei über 50 %; in den alten bei 59 % und in den neuen Ländern schon bei 44 %.

Das für den Endverbraucher bestimmte Musikvideo entwickelte sich aus Fernsehwerbespots zur Vermarktung von Tonträgern. Es wird über den Musikfachhandel vertrieben und normalerweise zusätzlich zum Tonträger erworben. Die Stückumsätze auf diesem noch jungen Markt erhöhten sich seit 1988 von 231 000 auf 1,33 Mio. in 1992 und sanken 1993 auf 1,13 Mio.

3 Tonträger

202 bis 208

Bei Tonträgern handelt es sich um Industrieprodukte, die allein der Speicherung schallwiedergebender Schwingungsfolgen dienen, also um Schallplatten und Tonbänder.

Haupttrend des Marktgeschehens seit 1984 ist der endgültige Durchbruch und rasche Aufstieg der CD zum umsatzstärksten Tonträger (Umsatzanteil 1992: 74 %) sowie der damit verbundene dramatische Absatzrückgang der Vinylschallplatte. Bei den bespielten Tonbändern setzte sich das Mengenwachstum der Musikkassetten nur bis 1991 fort. Die aus den neuen Ländern hinzugekommene Nachfrage zu Beginn der neunziger Jahre hat den Tonträgerumsatz erheblich beeinflußt. Sie hat 1990 mit rd. 9 % und 1991 mit rd. 13 % zum Wertumsatz sowie mit rd. 60 % bzw. mit zwei Dritteln (1991) zum Zuwachs des Wertumsatzes beigetragen. Die Wertumsätze der an der Verbandsstatistik beteiligten Firmen (mit 1993 etwa 80 % Marktanteil) stiegen von 1984 bis 1993 um 2,51 Mrd. DM auf 4,52 Mrd. DM. 1990 hatte Deutschland am Wertumsatz des Weltmarktes für Tonträger mit 9,5 % nach den Vereinigten Staaten von Amerika (31 %) und Japan (12 %) den drittgrößten Anteil.

Der hohe Konzentrationsgrad des Angebots an Tonträgern hat im Berichtszeitraum weiter zugenommen. Auf die fünf größten Anbieter, ausnahmslos Tochtergesell-

schaften international tätiger Konzerne mit Weltmarktanteilen von je mehr als 10 %, entfielen nach vorsichtiger Schätzung mehr als zwei Drittel des Weltumsatzes. Auf dem deutschen Tonträgermarkt war ihr gemeinsamer Anteil nicht geringer.

Nur wenige der über 400 Tonträgerhersteller in Deutschland vervielfältigten und verbreiteten ihre Produkte ohne weitgehende Inanspruchnahme von Fremdleistungen. Wie im herkömmlichen Verlagswesen bildet auch hier das Eigentum an den Vervielfältigungs- und Verwertungsrechten den maßgeblichen Geschäftsfaktor.

209 bis 225

C. Infrastrukturelle Voraussetzungen der Massenkommunikation und elektronische Telekommunikationsdienste

209 bis 214

I. Terrestrische Sender und Sendernetze in den alten Bundesländern

Die Rundfunk-Programmübertragung in Deutschland erfolgt auf drei verschiedenen Wegen: terrestrische Ausstrahlung, Verteilung über Kabelnetze und Abstrahlung über Fernmelde- und Rundfunksatelliten. Grundlage der bundeshoheitlich regulierten Infrastruktur für die Massenkommunikation sowie der individuellen Kommunikation ist das Gesetz über Fernmeldeanlagen (FAG).

Der Aufbau der terrestrischen Fernsehsendernetze für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den alten Bundesländern ist im derzeitigen System weitgehend abgeschlossen. Parallel dazu baut die Deutsche Bundespost und seit 1989 die DBP Telekom ein Sendernetz für private Programmanbieter auf. Z. Zt. werden in den alten Bundesländern rd. 30 Mio. Bundesbürger terrestrisch mit mindestens einem Programm privater Veranstalter versorgt.

Die Frequenzzuweisung für den Rundfunk erfolgt auf internationaler Ebene gemäß international koordinierten Frequenzplänen. Die nationale Frequenzkoordination obliegt dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation. Die Zuordnung von terrestrischen Frequenzen für bestimmte Programmanbieter und deren Zulassung liegt im Zuständigkeitsbereich der einzelnen Bundesländer.

214 bis 216

II. Breitbandverteildienste in den alten Bundesländern

Der Aufbau von Breitbandverteilnetzen (BVN) ist heute eine Leistung, die die DBP Telekom als „Bereitstellung von Übertragungswegen" im Monopol des Bundes erbringt. Das Errichten und Betreiben privater Empfangs- und Verteilanlagen für Rundfunksignale bedarf bei der Inanspruchnahme öffentlicher Wege und Plätze einer Genehmigung durch das Bundesministerium für Post und Telekommunikation.

Als zukunftsweisend für die Breitbandkommunikation gilt die Technologie der Lichtwellenleiter, auch Glasfaser genannt. Der wirtschaftliche Einsatz der Glasfaser im BVN-Anschlußbereich wurde 1993 in den neuen Bundesländern für analoge Übertragung in größerem Umfang eingeleitet. Der serienmäßige Einsatz der Glasfaser-Technologie im Ortsnetz der DBP Telekom wird 1994 beginnen.

216 bis 218

III. Programmverteilung über Satelliten in den alten Bundesländern

Der einst sowohl technisch als auch ordnungspolitisch bestehende Unterschied zwischen Fernmeldesatelliten und TV-Satelliten für den Direktempfang ließ sich seit Mitte der achtziger Jahre aufgrund der Entwicklung, wie sie sich in dem Fernmeldesatelliten vom Typ Astra dokumentiert, nicht mehr aufrechterhalten. Deshalb wurde der Einzelempfang von allen Satellitentypen mit fernmeldetechnisch zugelassenen Anlagen grundsätzlich freigegeben.

Die Deregulierung in diesem Segment hat die Satelliten-Programmverteilung im Laufe der letzten Jahre positiv beeinflußt. Dabei werden nationale Satellitensysteme wie DFS-Kopernikus und TV-Sat ebenso genutzt wie die internationalen Systeme Astra, EUTELSAT und INTELSAT.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Forschung und Technologie hat die deutsche Industrie ein digitales Hörfunksystem für Satelliten entwickelt. Derzeit werden im Digitalen Satelliten-Radio (DSR) je 16 Programme über die Satelliten TV-Sat und DFS 3 abgestrahlt.

IV. Neue Bundesländer

218 bis 220

Mit dem Einigungsvertrag hat die DBP Telekom alle Rundfunksendeanlagen mit den dazugehörigen Einrichtungen auf dem Hoheitsgebiet der ehemaligen DDR übernommen. Sie waren an die vorhandenen Übertragungsstandards und das Qualitätsniveau anzupassen.

Am 15. Dezember 1990 erfolgte die Umstellung des Fernsehstandards von SECAM auf PAL. Gleichzeitig wurde das Gemeinschaftsprogramm der ARD auf die Senderkette des ehemaligen DFF-1-Netzes aufgeschaltet und über die Senderkette des DFF-2-Netzes zunächst unter der Programmverantwortung der staatsunabhängigen Einrichtung (gemäß Art. 36 Einigungsvertrag) ein Gemeinschaftsprogramm der neuen Bundesländer (DFF-Länderkette) übertragen, das am 31. Dezember 1991 eingestellt wurde. Die Frequenzen dieser Kette werden heute für die Ausstrahlung der Dritten Fernsehprogramme der ARD eingesetzt. Für das ZDF wurde eine neue Senderkette errichtet.

Mitte 1993 waren in den neuen Bundesländern rd. 17 % der Haushalte mit privaten Satellitenempfangsanlagen ausgerüstet. Das Breitbandverteilnetz (BVN) der DBP Telekom erreichte Ende 1993 einen Versorgungsgrad von 24,5 %.

V. Trends und Perspektiven

220 bis 223

Die Medien stehen durch die Digitalisierung und das Zusammenwachsen unterschiedlicher Technologien am Beginn einer weitreichenden Veränderung.

Bei der Einführung bzw. Entwicklung neuer Fernsehübertragungsnormen werden insbesondere zwei Ziele verfolgt: Verbesserung der Übertragungsqualität und größere Frequenzökonomie. Kurzfristig ist eine Einführung des zur bisherigen PAL-Norm kompatiblen PALplus geplant. Ziel ist die vollständige Digitalisierung. Seit Anfang 1992 arbeitet die European Launching Group an einem digitalen TV-System. Sowohl PALplus als auch Digital-TV können terrestrisch, über Satellit oder per Kabel übertragen werden.

Im Hörfunk eröffnet die Digitalisierung für den UKW-Bereich die Möglichkeit, Programme bei gleichbleibender Empfangsqualität mit geringer Bandbreite zu übertragen und damit bestehende Frequenzen freizumachen. Entsprechende Projekte befinden sich in der Entwicklung.

VI. Telekommunikationsnetze und -dienste

223 bis 225

Mit dem Poststrukturgesetz wurde der Wettbewerb als Regel definiert. Bei der Neuordnung des Telekommunikationsmarktes durch die Bundesregierung wurde vorgesehen, daß private Anbieter im Randbereich des Netzes tätig werden können. Mit der Postreform II werden Voraussetzungen für eine weitere Wettbewerbsstärkung geschaffen.

Mit der Vergabe von Lizenzen in den Bereichen Mobilfunk- und Satellitenkommunikation wurde 1989 begonnen. Parallel dazu arbeitet das Bundesministerium für Post und Telekommunikation an Regelungen, die den Wettbewerb zwischen privaten Betreibern und der DBP Telekom regulieren.

Lizenzen für Satellitendienste umfassen gleichzeitig unterschiedliche Daten-, Text- sowie Video- und Audiodienste. Die Satellitenlizenznehmer können Satelliten freizügig nutzen. Bis August 1993 hat das Bundesministerium für Post und Telekommunikation 27 Satellitenlizenzen erteilt.

Bei der Vergabe von Mobilfunklizenzen sind neben dem nationalen Fernmelderecht zunehmend supranationale Regelungen zu beachten. Im europaweit einheitlichen Global Standard for Mobile Communication (GSM-Standard) wurde in

Deutschland bisher eine Mobilfunklizenz an einen privaten Netzbetreiber vergeben.

Die Übertragungswege sowie der Telefondienst bleiben bis auf weiteres im Monopol des Bundes. Auch hier ist die Digitalisierung weit fortgeschritten. ISDN, 1989 in Deutschland eingeführt und im Endausbau europaweit verfügbar, macht unterschiedliche Telekommunikationsdienste in einem Netz über einen Anschluß verfügbar. In den alten Bundesländern wurde Ende 1993 Flächendeckung erreicht.

Die Leistungsfähigkeit moderner Telefonnetze ist längst nicht mehr auf den reinen Telefondienst beschränkt. Sie erlaubt das Angebot zahlreicher zusätzlicher Sprach- und Datendienste, die als Mehrwertdienste angeboten werden.

Der Datendienst Bildschirmtext (Btx) wurde 1993 zu Datex J weiterentwickelt und steht nunmehr für die allgemeine Datenkommunikation offen. Datex P erlaubt professionelle Datenkommunikation grundsätzlich von jedem Telefonanschluß aus. Mit Teledat lassen sich individuelle Datenverbindungen über das Telefonnetz, ISDN oder auf Festverbindungen realisieren.

Die Digitalisierung der Telekommunikationsinfrastruktur sowie das Zusammenwachsen der bisher getrennten Netze für Individual- und Massenkommunikation werden eine Vielzahl neuer Anwendungen ermöglichen.

226 bis 258

D. Nationales Medienrecht

226 bis 228

I. Verfassungsrechtliche Voraussetzungen und Kompetenzverteilung Bund/Länder

Grundlage und Ausgangspunkt der Medienpolitik der Bundesregierung ist die durch Art. 5 GG verbürgte Presse- und Rundfunkfreiheit sowie die Verteilung der Kompetenzen zwischen Bund und Ländern durch das Grundgesetz. Durch den politischen Wandel und die Wiederherstellung der staatlichen Einheit ist die Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit nun in ganz Deutschland verwirklicht worden.

227

1 Pressefreiheit

Das Grundrecht der Pressefreiheit gewährleistet als subjektives Recht den im Pressewesen tätigen Personen und Unternehmen Freiheit von staatlichem Zwang und garantiert darüber hinaus die institutionelle Eigenständigkeit der Presse von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung von Nachrichten und Meinungen. Allerdings gilt auch das Grundrecht der Pressefreiheit nicht schrankenlos. Nach Art. 5 Abs. 2 GG findet es seine Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, also etwa des Strafrechts, in den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

227

2 Rundfunkfreiheit

Die Rundfunkfreiheit ist ebenso wie die Freiheit der Presse ein wesentlicher Faktor im Prozeß der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung. Auch sie hat die freie und umfassende Meinungsbildung zu gewährleisten und findet ihre Schranken in Art. 5 Abs. 2 GG. Der Rundfunk genießt die bereits in Art. 5 Abs. 1 GG enthaltene Garantie der freien Meinungsäußerung und -verbreitung und wird, wie auch die Presse, in seiner institutionellen Eigenständigkeit gewährleistet.

Freie individuelle öffentliche Meinungsbildung setzt die Freiheit des Rundfunks von staatlicher Beherrschung und Einflußnahme voraus. Damit ist die Erfüllung dieser Aufgabe jedoch noch nicht gewährleistet. Der Rundfunk bedarf vielmehr einer positiven Ordnung, die sicherstellt, daß er den verfassungsrechtlich vorgesehenen Dienst leistet. Um dies zu erreichen, sind materielle, organisatorische und Verfahrensregelungen erforderlich, die an der Aufgabe der Rundfunkfreiheit orientiert sind und deshalb bewirken, was Art. 5 Abs. 1 GG gewährleisten will. Wie diese Ordnung im einzelnen ausgestaltet wird, ist Sache der gesetzgeberischen Entscheidung. Das Grundgesetz schreibt weder eine bestimmte Ordnung vor noch zwingt es zu konsistenter Verwirklichung des einmal gewählten Modells.

3 Kompetenzverteilung Bund/Länder 227 bis 228

Nach der Kompetenzverteilung des Grundgesetzes liegt der Schwerpunkt der einschlägigen Zuständigkeiten bei den Ländern; dies gilt insbesondere für die Zuständigkeiten bei der Organisation und Nutzung des Rundfunks, nicht jedoch bei allen Medien schlechthin. Der Bund hat u. a. die ausschließliche Zuständigkeit für das Fernmeldewesen, für die europäische und internationale Medienpolitik, den Auslandsrundfunk, das Recht der Wirtschaft und die Rahmenkompetenz für das Presse- und Filmwesen.

Unabhängig von den medienrechtlichen Zuständigkeiten der Länder werden vom Wandel im Mediensektor ferner zahlreiche übergreifende Bundesinteressen berührt. Dies zeigt die enge politische, wirtschaftliche und teilweise auch rechtliche (z. B. unter dem Gesichtspunkt der Technologiefolgenabschätzung, Art. 74 Nr. 13 GG) Verflechtung zwischen Länderzuständigkeiten und Bundesinteressen bzw. -kompetenzen.

II. Gesetzgebung 228 bis 232

1 Medienrechtsgesetzgebung des Bundes 228 bis 229

Die Medienrechtsgesetzgebung des Bundes erstreckte sich im Berichtszeitraum auf zahlreiche und unterschiedliche Rechtsgebiete, darunter das Urheberrecht, den Datenschutz, das Strafrecht, den Jugend- und Verbraucherschutz. Von seiner Rahmenkompetenz für die allgemeinen Rechtsverhältnisse der Presse (Art. 75 Nr. 2 GG) hat der Bund auch im Berichtszeitraum keinen Gebrauch gemacht, da nach wie vor ein weitgehend einheitliches Presserecht der Länder besteht.

2 Medienrechtsgesetzgebung der Länder 229 bis 232

In den alten Ländern ist das Presserecht weitgehend unverändert geblieben; in diesem Bereich sind im Berichtszeitraum keine wesentlichen Neuregelungen erfolgt. Die Gesetzgebung in den neuen Ländern, die nunmehr alle über eigene Pressegesetze verfügen, hat sich inhaltlich im wesentlichen an den Regelungen der alten Länder orientiert, so daß jetzt in ganz Deutschland ein weitgehend einheitliches Presserecht gilt.

Die Rundfunkgesetzgebung hat sich seit 1985 weiter entwickelt. Die Fortentwicklung war gekennzeichnet durch die Herausbildung der dualen Rundfunkordnung. Mit entscheidend für diese tiefgreifende strukturelle Veränderung im Rundfunk war das sog. 4. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts. Dort wurden die dem privatwirtschaftlichen Rundfunk vorgeworfenen Defizite an programmlicher Vielfalt zwar bestätigt, eine Reduzierung der Vielfaltsanforderungen an private Veranstalter jedoch für hinnehmbar gehalten, solange die „Grundversorgung", die Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sei, gewährleistet bleibe.

Als Konsequenz dieses Urteils schlossen die Länder den Staatsvertrag über die Neuordnung des Rundfunkwesens vom 3. April 1987, der am 1. Dezember 1987 in Kraft trat und einen neuen Ordnungsrahmen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk setzte. Die Herstellung der deutschen Einheit machte eine umfassende Novellierung notwendig, die zum Abschluß des Staatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 führte.

Im Rahmen der durch die deutsche Einheit bedingten Neuordnung des bundesweiten Hörfunks schlossen die Bundesländer den Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" vom 17. Juni 1993. Dieser sog. Errichtungsstaatsvertrag fand seine Komplettierung in dem ebenfalls am 17. Juni 1993 zwischen Bund und Ländern geschlossenen sog. Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag, mit dem der Bund den DLF und den RIAS Berlin auf die neue Anstalt übertrug.

232 bis 238

III. Rechtsprechung

Das Grundgesetz hat die Presse- und Rundfunkfreiheit in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG als eigenständiges kommunikatives Grundrecht anerkannt. Diese verfassungsrechtliche Wertentscheidung hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Rechtsprechung stets betont. Seit dem Medienbericht 1985 ist zur Presse- und Rundfunkfreiheit eine Reihe von richtungweisenden Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichtes ergangen.

Insbesondere im Rundfunkbereich hat das Bundesverfassungsgericht seine Rechtsprechung wesentlich weiter entwickelt. Dabei erklärte es u. a. die duale Rundfunkordnung für zulässig unter der Voraussetzung, daß die Grundversorgung durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gewährleistet wird. Ferner wurde für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Bestands- und Entwicklungsgarantie ausgesprochen.

238 bis 244

IV. Rechtliche Rahmenbedingungen der Medien

238

1 Innere Pressefreiheit

In jüngster Zeit hat man im Zusammenhang mit der Pressegesetzgebung in den neuen Ländern Fragen der inneren Pressefreiheit wieder verstärkt diskutiert, ohne daß diese jedoch Eingang in eine landespresserechtliche Regelung gefunden hat. Lediglich das Pressegesetz des Landes Brandenburg vom 13. Mai 1993 enthält die Bestimmung, daß Verleger und Redakteure auf freiwilliger Basis diesbezügliche Vereinbarungen treffen können. Auch auf europäischer Ebene wird zunehmend das Problem der inneren Pressefreiheit erörtert.

Die Bundesregierung lehnt nach wie vor entsprechende Regelungen aus verfassungsrechtlichen Gründen ab. Sie strebt keine gesetzliche Regelung der „inneren Pressefreiheit“ an und gibt der Eigenverantwortung der Presse den Vorzug vor jeder staatlichen Regelung.

238 bis 239

2 Redaktionsstatuten

Die Anzahl der in Verlagen getroffenen Redaktionsvereinbarungen hat sich seit dem Medienbericht 1985 nicht wesentlich verändert. Gegenwärtig verfügen, soweit bekannt, acht Tageszeitungen, ein Wochenblatt und sechs Zeitschriften über ein verlagsinternes Statut.

Neuen Auftrieb erhielt die Statutenbewegung vorübergehend durch den politischen Umbruch in der DDR im Jahre 1989. Nach der Auflösung des Presse- und Informationsmonopols der SED gaben sich einige Zeitungsredaktionen in der ehemaligen DDR zunächst Statuten, in denen die individuelle Freiheit des Redakteurs in besonders ausgeprägter Form verankert worden war.

239 bis 240

3 Tendenzschutz

Der im Mitbestimmungsrecht festgeschriebene Tendenzschutz, der sich auch auf neue Medien wie Bildschirmdienste und privatrechtlich organisierte Rundfunkveranstalter erstreckt, ist von der Rechtsprechung im Berichtszeitraum weiter konkretisiert worden.

240

4 Pressefreiheit und Arbeitskampf

Bereits in den Medienberichten 1978 und 1985 hat die Bundesregierung die Frage erörtert, ob Arbeitskämpfe im Medienbereich die Presse- und Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) verletzen. Dabei hat sie unter Verweisung auf die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts darauf hingewiesen, daß der Arbeitskampf als ultima ratio auch im Medienbereich eine notwendige Hilfseinrichtung der Tarifautonomie darstellt und damit zulässig ist.

In der Zwischenzeit hat das Bundesverfassungsgericht zum Thema Arbeitskampffreiheit grundlegend Stellung genommen und die Rechtmäßigkeit der vom Bundesarbeitsgericht entwickelten Grundsätze zum Arbeitskampfrecht festgestellt.

5 Zeugnisverweigerungsrecht

240 bis 241

Zur Freiheit der Presse gehört auch der Schutz des Vertrauensverhältnisses zwischen Presse und Informanten. Das Zeugnisverweigerungsrecht dient deshalb ebenso wie das entsprechende Beschlagnahmeverbot der im öffentlichen Interesse liegenden Tätigkeit von Presse und Rundfunk und wird deren Mitarbeitern nicht wegen ihrer persönlichen und beruflichen Stellung gewährt. Die §§ 53 Abs. 1 Nr. 5 und 97 Abs. 5 StPO tragen insoweit im Bereich der Strafverfolgung dem verfassungsrechtlich geforderten Informantenschutz Rechnung.

Ein Recht für Journalisten zur allgemeinen Verweigerung der Mitwirkung im Ermittlungs- und Strafverfahren besteht jedoch nicht. Dies ist verfassungsrechtlich auch nicht geboten. Presse- und Rundfunkfreiheit sind nicht unbegrenzt gewährleistet. Vielmehr finden sie ihre Grenze dort, wo sie mit anderen gewichtigen Interessen des freiheitlichen demokratischen Staates zusammentreffen.

6 Kurzberichterstattungsrecht

241 bis 242

Am 15. März 1990 haben die Regierungschefs der elf alten Länder den Ersten Staatsvertrag zur Änderung des Rundfunkstaatsvertrages vom 1./3. April 1987 unterzeichnet, der erstmals den Rundfunkanbietern unter bestimmten Voraussetzungen ein unentgeltliches Recht auf Fernsehkurzberichterstattung einräumt. Diese Vorschriften sind inhaltlich unverändert in Art. 1 § 4 des Staatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 übernommen worden und zwischenzeitlich auch in einer Reihe von Rundfunkgesetzen der Länder enthalten.

Nach Auffassung der Bundesregierung greifen diese Bestimmungen erheblich in die verfassungsrechtlich geschützten Rechte der privaten Organisatoren sportlicher oder kultureller Veranstaltungen ein. Darüber hinaus werden auch urheberrechtliche Sachverhalte geregelt, für die dem Bund die ausschließliche Gesetzgebungskompetenz zukommt. Deshalb hat die Bundesregierung im Juni 1991 nach Art. 93 Abs. 1 Nr. 2 GG Normenkontrollantrag beim Bundesverfassungsgericht gegen die bereits früher in Kraft getretenen entsprechenden Bestimmungen im nordrhein-westfälischen Rundfunkrecht gestellt. Dabei richten sich ihre Bedenken nicht gegen das Ziel, die Information der Bevölkerung über Veranstaltungen und Ereignisse von herausragendem Allgemeininteresse zu gewährleisten, sondern ausschließlich gegen den eingeschlagenen Weg.

7 Selbstkontrolle der Presse

242 bis 243

Die vom Grundgesetz garantierten weitgehenden Freiheitsrechte der Presse sind notwendig mit einer entsprechenden Verantwortung und daraus sich ergebenden Pflichten verbunden. Die Presse ist um ihrer Aufgabe bei der öffentlichen Meinungsbildung willen gehalten, wahrheitsgemäß zu berichten, Nachrichten und Behauptungen, die sie weitergibt, auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen, sorgfältig zu recherchieren und berufsethische Prinzipien einzuhalten.

Wegen des Verfassungsgebots der Staatsferne der Medien hat es der Deutsche Presserat als Selbstkontrollorgan der deutschen Presse übernommen, auf die Einhaltung dieser Grundsätze zu achten.

8 Bundeseinheitlicher Presseausweis

243

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es wegen der sich aus Art. 5 GG ergebenden Staatsferne der Medien die Einrichtung „Presseausweis“ als gesetzlich besonders geschütztes Dokument nicht. Aufgrund einer „Vereinbarung über die Gestaltung und Ausgabe von bundeseinheitlichen Presseausweisen“, die auf Initiative der damals bundesweit agierenden Presseorganisationen zustande kam,

wurde jedoch ab 1. Januar 1964 allen hauptberuflich tätigen Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland die Möglichkeit eröffnet, sich bei der Ausübung ihres Berufes gegenüber Polizei und anderen Behörden durch ein einheitlich gestaltetes, den Behörden bekanntgegebenes Dokument auszuweisen. Diese Regelung gilt inzwischen in modifizierter Form fort.

243 bis 244

9 Verhaltensgrundsätze Presse/Rundfunk und Polizei

Die 1971 zwischen der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder und dem Deutschen Presserat vereinbarten Verhaltensgrundsätze zwischen Presse und Polizei zur Vermeidung von Behinderungen bei der Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung sind 1993 erneut den aktuellen Entwicklungen und Erkenntnissen angepaßt worden und umfassen jetzt auch den Rundfunk. Sie sollen dazu beitragen, Verständnis für die Aufgaben der jeweils anderen Seite zu wecken, um eine sich aus der Verfolgung der eigenen Interessen ergebende Behinderung der Arbeit des anderen so gering wie möglich zu halten.

244 bis 258

V. Medienrelevante Rechtsbereiche

244 bis 250

1 Kartellrecht

224 bis 246

1.1 Pressefusionskontrolle

Der hohe Konzentrationsgrad bei Tageszeitungen ist in den alten Ländern seit 1985 nur geringfügig weiter angestiegen. Die Pressefusionskontrolle hat sich insoweit im wesentlichen als wirksam erwiesen. Der durch die Fünfte Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vom 22. Dezember 1989 eingeführte Zusammenschlußtatbestand des § 23 Abs. 2 Nr. 6 GWB, der auf das Erlangen eines wettbewerblich erheblichen Einflusses auf ein anderes Unternehmen abstellt, hat eine für die Fusionskontrolle im Pressebereich nicht unbedeutende Lücke geschlossen.

In den neuen Ländern liegt der Konzentrationsgrad bei Tageszeitungen erheblich über dem der alten Länder. Etwa 90 % der Auflage der regionalen Abonnementtageszeitungen in den neuen Bundesländern entfällt auf die Nachfolger der 15 SED-Bezirkszeitungen, die große westdeutsche Zeitungs- und Zeitschriftenverlage erworben haben.

Diese wettbewerbspolitisch unerwünschte hohe Konzentration entzog sich aus rechtlichen und faktischen Gründen der kartellbehördlichen Eindämmung. Bei der Privatisierung dieser Zeitungsverlage hat das Bundeskartellamt u. a. bewirkt, daß ein Erwerber nicht mehrere ehemalige SED-Bezirkszeitungen oder daran anschließende weitere Zeitungen eines Gebietes erwarb und dadurch marktbeherrschende Stellungen erlangte oder noch verstärkte.

246 bis 247

1.2 Pressevertrieb

Unabdingbare Voraussetzung für ein Pressevertriebssystem, das die Pressevielfalt fördern und sichern soll, ist die Neutralität der Presse-Grossisten. Die Neutralität des Pressevertriebs und damit das Pressevertriebssystem insgesamt wären gefährdet, wenn sich die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage über den bisherigen Umfang hinaus an Grossisten beteiligten. Damit entfiele die strukturelle Absicherung der Neutralität des Pressevertriebs und mit ihr eine wesentliche Voraussetzung für die Marktzutritts- und Entwicklungschancen insbesondere kleiner Verlage und auflagenschwächerer Presseerzeugnisse.

Das Bundeskartellamt war im Rahmen von Zusammenschlußkontrollverfahren nach §§ 23 ff. GWB und Untersagungsverfahren nach § 37 a Abs. 1 GWB i. V. m. § 1 GWB (Kartellverbot) mit dem Vordringen von Verlagen in den Presse-Grosso-Bereich befaßt. Insbesondere hat es durchgesetzt, daß sich in den neuen Bundesländern neben den von Verlagen teilweise noch vor der Wiedervereinigung gegründeten Grossisten auch solche ohne Verlagsbeteiligung etablieren konnten und diese mit Verlagserzeugnissen beliefert werden. Damit ist die Neutralität der

Pressevertriebssysteme insoweit auch in den neuen Ländern strukturell abgesichert.

1.3 Rundfunk

247 bis 249

Der Marktzutritt privater Unternehmen zu den bis Anfang der achtziger Jahre öffentlich-rechtlich strukturierten Rundfunkmärkten hat zu einer Belebung des ökonomischen und publizistischen Wettbewerbs geführt. Das Bundeskartellamt ist bestrebt, wettbewerbliche Strukturen auf den Medienmärkten zu sichern und den Marktzutritt für private Hörfunk- und Fernsehanbieter offen zu halten, soweit das Instrumentarium der Fusionskontrolle und des Kartellverbots dies ermöglicht.

Die Rechtsprechung des Kammergerichts, des Bundesgerichtshofs und implizit auch des Bundesverfassungsgerichts (4. Rundfunkurteil) hat inzwischen klargestellt, daß das GWB auch im Bereich des Rundfunks, der grundsätzlich der gesetzlichen Regelungsbefugnis der Länder unterliegt, anwendbar ist, soweit es sich um wirtschaftliche Vorgänge handelt.

Im Rahmen der Fusionskontrolle kann das Bundeskartellamt allerdings nur Unternehmensverbindungen prüfen, die Zusammenschlußtatbestände im Sinne des § 23 Abs. 2 GWB darstellen und bestimmte, gesetzlich vorgegebene Größenkriterien erfüllen. Da die Mediengesetze selbst und/oder die Landesmedienanstalten bei der Lizenzvergabe regelmäßig Beteiligungsbeschränkungen vorsehen, handelt es sich bei Rundfunkanbietern i. d. R. um Gemeinschaftsunternehmen mit vielen Gesellschaftern. Im Fernsehbereich hat sich die Wettbewerbsposition der privaten Fernsehveranstalter seit ihrem Sendebeginn gegenüber den öffentlich-rechtlichen Anstalten laufend verbessert. Obwohl hier keine kartellrechtlich erfaßbaren Beherrschungs- bzw. Abhängigkeitsverhältnisse bestehen, ist der Wettbewerb innerhalb der sich im privatwirtschaftlichen Fernsehen herausgebildeten Gruppierungen als eingeschränkt anzusehen.

Im privaten Hörfunkbereich konnten sich bislang insbesondere die landesweit verbreiteten Programmveranstalter etablieren, während eine Reihe von Lokalradios kaum noch kostendeckend betrieben werden konnte. Das Bundeskartellamt unterscheidet neben dem Markt für Hörfunkprogramme, die einzelnen lokalen Veranstaltern von den Produzenten gegen Entgelt überlassen werden, in räumlicher Hinsicht lokale, regionale und überregionale Werbemärkte.

1.4 Bücher und Filmtheater

249 bis 250

Im Buchverlagswesen waren Konzentrationstendenzen bislang unbedeutend. Die etwa 70 in der DDR existierenden Verlage wurden zum überwiegenden Teil an Verlagsunternehmen aus dem früheren Bundesgebiet verkauft.

Auch die Lage des Buchhandels in den alten Ländern hat sich seit dem letzten Medienbericht nicht wesentlich verändert. In der ehemaligen DDR gab es etwa 700 volkseigene Buchhandlungen und etwa 300, die in anderen Eigentumsformen betrieben wurden. Den größten Teil der volkseigenen Buchhandlungen haben Unternehmen mit Sitz in den alten Ländern erworben, ohne daß dem Bundeskartellamt hierüber genauere Zahlen vorlägen.

Die Entwicklung im Kinobereich war gekennzeichnet durch das Aufkommen der Multiplex-Kinos. Da bei der Errichtung von Multiplex-Kinos keine Zusammenschlußtatbestände erfüllt wurden, fand insoweit keine kartellrechtliche Kontrolle statt. Eine bevorzugte Belieferung der Multiplex-Kinos mit Spitzenfilmen ist bisher nicht bekannt geworden, so daß auch unter Diskriminierungsgesichtspunkten kein Anlaß für ein kartellbehördliches Einschreiten bestand. In der ehemaligen DDR bestanden etwa 850 Kinos, von denen nach der Wiedervereinigung noch etwa 400 in Betrieb waren. Soweit Kinounternehmen aus den alten Ländern sich an diesen beteiligten oder diese übernahmen, fand keine Fusionskontrolle statt, da bei diesen Zusammenschlüssen die Umsatzgrenze von 500 Mio. DM nicht erreicht wurde.

250

2 Urheberrecht

Das urheberrechtliche Schutzinstrumentarium wurde im Berichtszeitraum auf Vorschlag der Bundesregierung durch folgende Maßnahmen weiter gestärkt:

- das Gesetz zur Stärkung des Schutzes des geistigen Eigentums zur Bekämpfung der Produktpiraterie vom 7. März 1990;
- die Richtlinie 91/250/EWG des Rates der Europäischen Gemeinschaft vom 14. Mai 1991 über den Rechtsschutz von Computerprogrammen. Der innerstaatlichen Umsetzung dieser Richtlinie dient das Zweite Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes vom 9. Juni 1993.

250

3 Verlagsrecht

Änderungen der seit 1901 bzw. 1965 bestehenden verlagsrechtlichen Regelungen waren im Berichtszeitraum nicht notwendig.

250 bis 251

4 Pressestatistikgesetz

Seit 1975 wird die Pressestatistik jährlich zentral vom Statistischen Bundesamt erstellt. Ihre Rechtsgrundlage ist das Gesetz über eine Pressestatistik vom 1. April 1975. Die Pressestatistik hat das primäre Ziel, Informationen über die wirtschaftliche Entwicklung, die Größenstrukturen und den Strukturwandel bei Zeitungen und Zeitschriften zu liefern.

Z. Zt. wird eine Novelle des Gesetzes über die Pressestatistik vorbereitet, damit es den Anforderungen aus dem Volkszählungsurteil des Bundesverfassungsgerichts vom 15. Dezember 1983 und den Bestimmungen des Bundesstatistikgesetzes vom 22. Januar 1987 entspricht.

251 und 252

5 Persönlichkeitsschutz

Dem im Medienbereich besonders wichtigen Persönlichkeitsschutz dient das allgemeine Persönlichkeitsrecht, das die Rechtsprechung vor allem des Bundesgerichtshofes in einer umfangreichen Judikatur aus den in den Art. 1 und 2 GG geschützten Grundrechten auf Menschenwürde bzw. freie Entfaltung der Persönlichkeit entwickelt und als sog. sonstiges Recht im Sinne des § 823 Abs. 1 BGB anerkannt hat.

Auf die Entwicklung dieser Rechtsprechung haben Rechtsfälle aus dem Medienbereich, insbesondere zur Zulässigkeit von Berichten in Presse und Rundfunk, großen Einfluß gehabt. Wesentlich ist hierbei die Abwägung zwischen der Meinungs- und Pressefreiheit auf der einen und dem Schutz des Persönlichkeitsrechts und der Menschenwürde des von der Berichterstattung Betroffenen auf der anderen Seite. Die Bundesregierung hält den derzeitigen Persönlichkeitsschutz grundsätzlich für ausreichend und beabsichtigt insoweit keine neuen gesetzlichen Regelungen.

252 bis 254

6 Datenschutz im Medienbereich/Stasi-Unterlagen-Gesetz (StUG)

Die gesetzgeberischen Bemühungen um die Ausgestaltung des Datenschutzes im Medienbereich standen von Anfang an vor dem Zielkonflikt zwischen der grundrechtlich geschützten Freiheit des einzelnen und der ebenfalls im Grundgesetz garantierten Pressefreiheit bzw. freien Berichterstattung durch Rundfunk und Film. Mit dem sog. Medienprivileg im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) werden Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse oder des Films oder Hilfsunternehmen des Rundfunks, soweit sie personenbezogene Daten ausschließlich zu eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken verarbeiten oder nutzen, von der Anwendung datenschutzrechtlicher Bestimmungen — mit Ausnahme der §§ 5 (Datengeheimnis) und 9 (technische und organisatorische Maßnahmen) — grundsätzlich freigestellt. Ähnliche Regelungen finden sich in den Datenschutzgesetzen der Länder.

Die Bundesregierung hat im Berichtszeitraum dem o. g. Zielkonflikt zwischen Medienprivileg und dem Schutz des einzelnen durch eine Novellierung des Bundes-

datenschutzgesetzes, das insoweit aus kompetenzrechtlichen Gründen auf die Presse, den Film, Hilfsunternehmen des Rundfunks und die Rundfunkanstalten des Bundesrechts beschränkt ist, Rechnung getragen. Das Medienprivileg besteht unverändert fort, der Schutz der Betroffenen ist jedoch verbessert worden. Die Bundesregierung setzt sich auch auf europäischer Ebene dafür ein, daß das Medienprivileg seine volle Geltung behält. Art. 19 des Entwurfs einer EG-Datenschutzrichtlinie enthält insofern eindeutige Ausnahmebestimmungen zugunsten des nationalen Rechts.

Die Bestimmungen des Gesetzes über die Unterlagen des Staatssicherheitsdienstes der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik (StUG) sind seit dem 29. Dezember 1991 in Kraft. Sie regeln u. a. den Zugang zu den Unterlagen des ehemaligen Staatssicherheitsdienstes für Betroffene, Dritte, hauptamtliche und inoffizielle Mitarbeiter. Ferner ermöglicht das Gesetz die Verwendung von Unterlagen durch öffentliche und nichtöffentliche Stellen, durch Rundfunk und Presse sowie durch die Forschung zum Zwecke der politischen und historischen Aufarbeitung der Tätigkeit des Staatssicherheitsdienstes. Die Regelungen haben sich grundsätzlich bewährt.

7 Verbraucherschutz

254 bis 256

Auch der Schutz der Verbraucher hat medienrelevante Bezüge. Dies gilt insbesondere für die Werbung in Presse und Rundfunk, die eine wichtige Finanzierungsgrundlage für die Medien darstellt. Im Berichtszeitraum wurde eine Reihe entsprechender Schutzvorschriften erlassen oder verbessert. So enthält das Heilmittelwerbegesetz insbesondere für die Werbung für Arzneimittel und Heilverfahren in den Medien Verbote und Beschränkungen.

Die Richtlinie 93/28/EWG des Rates der Europäischen Gemeinschaften vom 31. März 1992 über die Werbung für Humanarzneimittel legt Grundsätze für die Werbung für Arzneimittel fest, wobei zwischen Werbung in der Öffentlichkeit und in Fachkreisen unterschieden wird. Sie deckt sich in ihren Festlegungen im wesentlichen mit den Grundzügen des deutschen Heilmittelwerbegesetzes.

Mit dem Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG) vom 15. August 1974 wurden in der Bundesrepublik Deutschland Rechtsvorschriften eingeführt, die die Werbung für Tabakerzeugnisse sowohl quantitativ als auch qualitativ einschränken. Bestrebungen, auf europarechtlicher Ebene ein nahezu absolutes Werbeverbot für Tabakerzeugnisse herbeizuführen, steht die Bundesregierung hingegen ablehnend gegenüber. Sie sieht sich dabei in Einklang mit der Haltung des Deutschen Bundestages und des Bundesrates. Der entsprechende Richtlinienvorschlag der Kommission der Europäischen Gemeinschaften befindet sich noch in den Beratungen. Nach dem gegenwärtigen Stand ist die erforderliche Mehrheit für die Verabschiedung der Richtlinie nicht gegeben.

Speziell geregelt war bis vor kurzem die Werbung für Alkoholika in den Verhaltensregeln über die Werbung für alkoholische Getränke. Die hierin enthaltenen Grundsätze hatten die in der deutschen Alkoholwirtschaft vertretenen Hersteller, Händler und Importeure im Jahre 1976 vereinbart.

Mit dem Gesetz vom 27. Mai 1994 zu dem Europäischen Übereinkommen vom 5. Mai 1989 über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ) sind erstmals gesetzliche Regelungen über die Werbung für alkoholische Getränke im Fernsehen getroffen worden.

Für die Werbung gelten im übrigen die Selbstbeschränkungsregeln über die Werbung für alkoholische Getränke fort, die inhaltlich an die Bestimmungen der EG-Fernsehrichtlinie über die Werbung im Fernsehen angepaßt worden sind. Die Einhaltung der Verhaltensregeln wird vom Deutschen Werberat überwacht.

8 Jugendschutz

256 bis 258

Die Verbesserung des Jugendschutzes — insbesondere hinsichtlich der Medien — ist ein besonderes Anliegen der Bundesregierung. Im Berichtszeitraum erfolgten daher Konkretisierungen und Verschärfungen der relevanten Rechtsbestimmungen.

Im Bereich der „harten" Pornographie will der Gesetzgeber die Bekämpfung der Kinderpornographie mit den Mitteln des Strafrechts durch das 27. Strafrechtsänderungsgesetz (Kinderpornographie) vom 23. Juli 1993, das am 1. September 1993 in Kraft getreten ist, noch nachdrücklicher gestalten, indem der Strafrahmen für die Verbreitung von Kinderpornographie deutlich erhöht und der bisher straflose Besitz und die Beschaffung von kinderpornographischen Produkten, wenn sie ein tatsächliches Geschehen wiedergeben, unter Strafe gestellt wird.

Das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) schränkt zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor gewaltverherrlichenden, pornographischen und anderen jugendgefährdenden Schriften ausdrücklich die in Art. 5 Abs. 1 GG genannten Grundrechte ein. Nach § 1 Abs. 1, der zentralen Vorschrift des GjS, sind Schriften in eine Liste aufzunehmen, wenn sie geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich zu gefährden. Dazu gehören nach der beispielhaften Aufzählung des § 1 Abs. 1 Satz 2 GjS vor allem unsittliche, verrohend wirkende, zu Gewalttätigkeit, Verbrechen oder Rassenhaß anreizende sowie den Krieg verherrlichende Schriften.

Der Maßgabe der ständigen höchstrichterlichen Rechtsprechung und der Spruchpraxis der BPS folgend erfüllen auch jene Schriften die Indizierungsvoraussetzungen, die die Menschenwürde verletzen bzw. den Nationalsozialismus oder den Drogenkonsum verherrlichen oder verharmlosen. Eine Indizierung von Fernsehsendungen auf der Grundlage des GjS hat das Bundesverwaltungsgericht ausgeschlossen.

Das Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG) ist zum 1. April 1985 neu gefaßt worden. Neben den hierbei geänderten bzw. eingefügten strafrechtlichen Bestimmungen der § 131 und § 184 Abs. 1 Nr. 3a StGB, mit denen der Gesetzgeber auch eine Eindämmung von Auswüchsen auf dem Videokassettenmarkt bewirken wollte, ist im Vorfeld des Strafrechts und des GjS eine Filmprüfung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft eingeführt worden (§ 7 JÖSchG). Diese Vorschrift enthält die Rechtsgrundlage für eine Kontrollmöglichkeit von Programmen auf Videokassetten, Bildplatten und vergleichbaren Bildträgern. Sie lehnt sich an die schon seit Jahrzehnten bestehenden Normen für die Freigabe von Kinospielfilmen für Kinder und Jugendliche (§§ 6, 10 JÖSchG) an.

259 bis 285

E. Mediennutzung/Medienforschung

259 bis 273

I. Mediennutzung

Zwei entscheidende Faktoren haben im Berichtszeitraum Fragen der Mediennutzung und Medienwirksamkeit geprägt: die mit der Einführung der neuen Medien einsetzende Veränderung des Kommunikationssystems und die Wiederherstellung der deutschen Einheit.

259 bis 261

1 Medienausstattung

Die Ausstattungsdichte bei audiovisuellen Medien liegt sowohl in den Haushalten der alten wie in den der neuen Länder bei fast 100 %. Zudem haben sich seit 1985 die Empfangsmöglichkeiten im Fernsehen erheblich gesteigert. Ende 1993 konnten 93 % aller bundesdeutschen Haushalte mehr als vier Fernsehprogramme empfangen. Der Trend zur überwiegenden Mehrfachausstattung in den Haushalten hat sich im Berichtszeitraum verfestigt und deutet auf eine zunehmende Individualisierung des Medienkonsums hin. Die Versorgungsdichte mit tagesaktuellen Druckmedien hat sich durch die Einführung des privaten Rundfunks im alten Bundesgebiet nicht grundlegend geändert. Bei der traditionellen Gruppe der Nicht- oder Wenigzeitungsleser — der Altersgruppe der Erwachsenen unter 30 Jahren — ist im Berichtszeitraum allerdings eine weitere Lockerung der Leser-Blatt-Bindung festgestellt worden. Abweichend davon war Untersuchungen zufolge 1990 für alle Altersgruppen in den neuen Bundesländern ein vergleichsweise hoher Nutzungsgrad der Tagespresse zu verzeichnen, was vorrangig auf die spezifischen Strukturen des Massenkommunikationssystems in der DDR vor 1989/90 zurückzuführen ist.

2 Reichweite und Nutzungsdauer **261 bis 266**

Die für die Reichweite und Nutzungsdauer von tagesaktuellen Medien ermittelten Werte belegen, daß die Medien im Alltag der Bundesbürger einen festen Stellenwert haben. Generell ist im Berichtszeitraum eine deutliche Erhöhung des für Medienkonsum verwendeten Zeitbudgets zu verzeichnen. Die höchsten Steigerungen bei Reichweite und Nutzungsdauer erzielte das Fernsehen, gefolgt vom Hörfunk. Im Segment der Presse bewegte sich die Reichweite der Tageszeitungen nach den Ergebnissen der Media-Analyse (MA) zwischen 1984 und 1994 auf weitgehend stabilem Niveau; die Zeitschriften legten an Reichweite zu.

Die Ausweitung des Angebots an Rundfunkprogrammen und die Einführung neuer Kommunikationstechniken führten auch intramediär zu Verschiebungen: So ist für die öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkanbieter seit der Einführung der dualen Rundfunkordnung eine stetige Abnahme ihrer Reichweiten und damit des Marktanteils zu verzeichnen.

Reichweite und Nutzungsdauer der Medien allgemein und speziell des Fernsehens haben bei Kindern und Jugendlichen im Berichtszeitraum deutlich zugenommen. Das Fernsehen ist für Kinder und Jugendliche zum Leitmedium geworden, wobei der Stellenwert der audiovisuellen Medien mit steigendem Alter zu wachsen scheint.

3 Ausgewählte Aspekte der Mediennutzung **266 bis 270**

Zehn Jahre nach Einführung der dualen Rundfunkordnung liegen die großen bundesweit verbreiteten privaten und öffentlich-rechtlichen Programme in der Gunst der deutschen Fernsehzuschauer dicht beieinander. Gleichwohl sind zwischen dem Publikum der öffentlich-rechtlichen und dem der kommerziellen Rundfunkprogramme Unterschiede in der soziodemographischen Zusammensetzung und der kommunikativen Grundorientierung festzustellen.

Nach der Wiederherstellung der deutschen Einheit war besonders in den neuen Bundesländern eine längere Dauer der Fernsehnutzung zu beobachten. Dies wird in wissenschaftlichen Studien auf ein gesteigertes Informationsbedürfnis der Bevölkerung und eine insgesamt stärker häuslich-familiär orientierte Lebens- und Freizeitgestaltung zurückgeführt. Bei einer zugleich größeren Unterhaltungsorientierung bei der Auswahl von Fernsehprogrammen hat man in den Haushalten der neuen Bundesländer auch vermehrt auf Informationssendungen zurückgegriffen. Als Informationsmedium wird der Hörfunk in den neuen Ländern mehr geschätzt als in den alten Ländern.

Der Frage, welche Meinung über die Medien herrscht und welche Glaubwürdigkeit ihnen attestiert wird, besitzt in einer demokratischen Gesellschaft, die auf die Vermittlungsleistungen der Medien angewiesen ist, große Bedeutung. Alle Mediengattungen genossen 1990 in den alten Ländern eine höhere Glaubwürdigkeit als zu Beginn des Berichtszeitraums. Dabei wurde dem Fernsehen eindeutig sowohl die höchste Objektivität als auch — im Vergleich mit den anderen Medien — die höchste relative Glaubwürdigkeit zugesprochen. Seit 1990 scheint das Vertrauen in die Medien in Gesamtdeutschland abzunehmen, zum Jahr 1993 hin mit einem zum Teil erheblichen Einbruch besonders beim Bildmedium. Verantwortlich dafür ist vor allem eine deutlich größere Medienskepsis in den neuen Ländern, die Medienwissenschaftler auf die Umstellung von der ehemals staatlich gelenkten Information auf eine freie Berichterstattung und Kommentierung zurückführen.

4 Medienpädagogische Initiativen der Bundesregierung **270 bis 271**

Mittels medienpädagogischer Publikationen, durch Förderung von Bund-Länder-Projekten, von Modellversuchsprogrammen in Schulen und von Initiativen der Deutschen Lesegesellschaft und der Stiftung Lesen richtete die Bundesregierung im Berichtszeitraum ihr besonderes Augenmerk auf die Erhaltung und Förderung des Lesens und den Umgang mit Film und Video. Die Bundesregierung bewertet das Lesen als wesentlich zur Herausbildung von intellektuellen, kognitiven und emotionalen Fähigkeiten besonders bei Kindern und Jugendlichen. Sie ist daher bestrebt, dem Buch auch in Zukunft einen festen Stellenwert in der Mediennutzung des einzelnen zu bewahren. Ziel aller medienpädagogischen Initiativen ist

die Stärkung der kritischen Urteilsfähigkeit und die Heranführung eines jeden einzelnen an einen kompetenten und verantwortlichen Umgang mit den Medien.

271 bis 273

5 Gewalt in den Medien

Vor dem Hintergrund der Tatsache, daß sich audiovisuelle Medien im Berichtszeitraum verstärkt zum Leitmedium für Kinder und Jugendliche entwickelt haben, erscheint es besonders problematisch, daß gleichzeitig die Darstellung von Gewalt in den Medien stark zugenommen hat. Wenn auch über die Auswirkung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen auf das Verhalten besonders von Kindern und Jugendlichen in der Forschung noch diskutiert wird, so läßt sich in Anbetracht der vorhandenen Erkenntnisse die Gefahr eines schädlichen Einflusses nicht ausschließen. Insbesondere Eltern und Erziehende in Schulen und Kindergärten sind gefordert, Kinder mit ihren Medienerlebnissen nicht allein zu lassen, sondern Orientierungshilfe zu bieten.

Bund und Länder haben im Rahmen ihrer Zuständigkeiten Maßnahmen zur Verringerung der Gewaltdarstellungen in den Medien getroffen.

273

6 Ausblick

Technologische Innovationen im Rundfunkbereich lassen für die Zukunft eine fortgesetzte Erweiterung und Diversifizierung insbesondere des audiovisuellen Medienangebots und damit eine weitere Aufsplitterung der Nutzungsmuster und Nutzungsgruppen erwarten. Es ist dafür Sorge zu tragen, daß eine möglichst große publizistische Vielfalt gewährleistet bleibt, die ein ausgewogenes Angebot in den verschiedenen Sektoren Information, Unterhaltung, Bildung und Kultur bietet.

273 bis 285

II. Medienforschung

Die von der Bundesregierung im Berichtszeitraum in Auftrag gegebenen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsarbeiten sind thematisch an der aktuellen Medienentwicklung orientiert. Schwerpunkte der im Berichtszeitraum angefertigten Gutachten waren Fragen der Medienwirkung, der Medieninhalte, des inter- und intramediären Wettbewerbs sowie die Frage nach den möglichen gesellschaftlichen Auswirkungen der Darstellung von Gewalt in den Medien.

Medienwissenschaftliche Bedeutung besitzen die seit 1985 regelmäßig jährlich stattfindenden „Wissenschaftlichen Gespräche", zu denen das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung Medienwissenschaftler sowie Vertreter aus Medienpraxis und -politik einlädt.

286 bis 299

F. Beschäftigte im Medienbereich

286 bis 289

I. Arbeitsmarkt Medien

Der Wirtschaftssektor Medien umfaßt verschiedene Wirtschaftszweige, die nicht ausschließlich dem Medienbereich, sondern auch anderen Sektoren der Volkswirtschaft zugeordnet werden können. Das erschwert eine klare und eindeutige Abgrenzung der Beschäftigungsstatistik für den Medienbereich. In den dazugehörigen Wirtschaftszweigen Verlags-, Literatur- und Pressewesen, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Filmtheater, -herstellung und -vertrieb, Druckerei und Vervielfältigung sowie Buchbindereien waren Mitte 1992 in den alten Bundesländern rd. 480000 Arbeitnehmer sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind rd. 19 % mehr als zu Beginn des Berichtszeitraumes.

II. Journalisten und Freie Mitarbeiter — 289 bis 299

1 Journalisten — 289 bis 293

Für die Tätigkeit des Journalisten gibt es von staatlicher Seite kein festgelegtes Berufsbild; die Bundesregierung betrachtet den Beruf des Journalisten als einen „offenen Begabungsberuf". Journalisten sind ebenso wie alle Arbeitnehmer und arbeitnehmerähnliche Personen tarifvertraglich abgesichert und vom sozialen Sicherungssystem erfaßt. Die im Berichtszeitraum erfolgten tarifvertragsrechtlichen Maßnahmen waren von dem Bestreben geleitet, den Journalistenberuf noch deutlicher in das Sozial- und Versicherungssystem einzubinden. In Presse und Rundfunk bestehen darüber hinaus zusätzliche Versorgungseinrichtungen, wobei zwischen den Sicherungssystemen in der Höhe der Gesamtversorgungsleistung und in den Bedingungen für den Zeitpunkt der Altersgrenze ein intermediäres Ungleichgewicht zugunsten der bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten angestellten Journalisten festzustellen ist.

2 Freie Mitarbeiter — 293 bis 295

Die Gesamtzahl der für die Medien tätigen freien Mitarbeiter ist nicht bekannt. Freie Mitarbeit definiert sich durch das Fehlen fester arbeitsrechtlicher Beziehungen sowie eines festen dauernden Beschäftigungsverhältnisses. Die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichtes und des Bundesverfassungsgerichts hat in der Vergangenheit versucht, vor allem zur Frage der Festanstellung sog. ständiger freier Mitarbeiter begriffliche Klarheit zu schaffen. Die freien Mitarbeiter genießen heute einen umfassenden Sozialversicherungsschutz, sei es im Status als unständig Beschäftigte — insofern sie in den Betrieb eingegliedert sind — in der allgemeinen Sozialversicherung, sei es als selbständige Künstler oder Publizisten in der Künstlersozialversicherung. Die Zahl der versicherten Künstler und Publizisten seit Beginn der Einführung der Künstlersozialversicherung im Jahr 1983 ist von rd. 12 500 auf rd. 65 000 (Stand: 30. November 1993) gestiegen, darunter 7 000 Versicherte aus den neuen Ländern.

3 Aus- und Weiterbildung — 295 bis 299

Dem offenen Charakter des Journalistenberufes entsprechend gibt es verschiedene Möglichkeiten der journalistischen Ausbildung, wobei das Volontariat den traditionellen Weg darstellt. Im Juli 1990 haben der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), die IG Medien und der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) das Volontariat für die Zeitungen tarifvertraglich geregelt. Der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) schloß einen entsprechenden Vertrag mit den Mediengewerkschaften im Oktober 1990 ab.

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurden für Aus- und Weiterbildung die ersten tariflichen Regelungen und Grundsätze eingeführt; eine einheitliche Regelung besteht jedoch nicht. Im privaten Rundfunksektor ist es im Berichtszeitraum zu keiner entsprechenden Vereinbarung gekommen.

Anzeichen für die zunehmende Institutionalisierung der beruflichen Ausbildung von Journalisten ist die im Berichtszeitraum gestiegene Zahl von Journalistenschulen, deren Träger einzelne große Verlage, Verbände und Kirchen sind. Eine Verzahnung von Theorie und Praxis bieten die in den vergangenen Jahrzehnten zunächst probeweise eingeführten und dabei vom Bund finanziell geförderten Modellversuche journalistischer Hochschulausbildung, die im Berichtszeitraum mehrheitlich in den Regelstudienkanon der Universitäten integriert wurden. Die Hochschulen in den fünf neuen Ländern befinden sich diesbezüglich noch in der Aufbauphase.

Der anhaltend großen Nachfrage nach Fortbildung bereits im Beruf stehender Journalisten entsprechen zahlreiche Maßnahmen von Fachverbänden, Parteien und Stiftungen. Weitere Fortbildungsmöglichkeiten zu bestimmten Sachthemen bieten Institute, die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten getragen werden.

Auch Bund und Länder fördern verschiedene Aus- und Weiterbildungsinitiativen. Die Bundesregierung unterstützt bestimmte Einzelmaßnahmen in Form von projektgebundenen Zuschüssen im Film- und Fernsehbereich, im Lokaljournalismus und seit 1990 bei der Aus- und Weiterbildung für Journalisten in den neuen Ländern.

300 bis 326

G. Internationale medienpolitische Fragen und Abkommen — Internationales Medienrecht

300 bis 301

I. Überblick

Die europäische Medienlandschaft hat im Berichtszeitraum tiefgreifende strukturelle Veränderungen erfahren. Zum einen ist dies auf den Wandel der politischen Verhältnisse in den mittel- und osteuropäischen Staaten und die damit einhergehende Überwindung des Ost-West-Gegensatzes zurückzuführen. Zum anderen bestehen nunmehr in fast allen europäischen Staaten duale Rundfunkordnungen, die sich auf der Grundlage schnell ausbreitender Kommunikationstechniken (z. B. Satellitendirektempfang und Kabelnetze) entwickelten.

301 bis 320

II. Entwicklungen im einzelnen

301 bis 302

1 Vereinte Nationen

Im Bereich der Vereinten Nationen (VN) hat sich seit Mitte der achtziger Jahre, begünstigt durch den Wandel des Ost-West-Verhältnisses, eine pragmatische Linie und ein weitgehender Konsens über die medienpolitischen Ziele der VN ergeben. Diese Ziele umfassen die Verpflichtung auf das Prinzip weltweiter Informations- und Pressefreiheit unter Einschluß der Förderung unabhängiger und pluralistischer Medien und die besondere Berücksichtigung der Situation der Entwicklungsländer.

302

2 UNESCO/IPDC

In der UNESCO/IPDC konnte die über lange Jahre ideologisch erstarrte Auseinandersetzung um eine „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung" 1989 mit einem Bekenntnis zum unteilbaren Prinzip der Meinungs- und Pressefreiheit beigelegt werden. Seit dieser grundsätzlichen Neuorientierung konzentriert sich die Medienarbeit der UNESCO auf Projekte in Entwicklungsländern und die Förderung der Entwicklung freier, unabhängiger und pluralistischer Medien.

302 bis 303

3 KSZE

Auch die KSZE hat nach dem Zusammenbruch der kommunistischen Regime in Osteuropa eine Neuorientierung erfahren. Zunehmend wird die Bedeutung der Medien für den Aufbau stabiler Demokratien thematisiert. Der Themenwechsel beruht auf dem Konsens, daß jeder das Recht auf freie Meinungsäußerung einschließlich des Rechts auf Kommunikation hat. Dies schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten und Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein.

303

4 GATT

Die sieben Jahre währenden Verhandlungen der Uruguay-Runde des GATT über ein allgemeines Zoll- und Handelsabkommen konnten am 15. Dezember 1993 erfolgreich abgeschlossen werden. Eines der wesentlichen Ziele der Verhandlungen, ein neues multilaterales Regelwerk für den internationalen Dienstleistungshandel zu schaffen und eine weltweite, progressive Liberalisierung in diesem Wachstumsbereich einzuleiten, ist mit dem Abschluß des allgemeinen Abkommens über den Handel mit Dienstleistungen (GATS) gelungen. Es umfaßt alle international gehandelten Dienstleistungen und damit auch den audiovisuellen

Bereich mit Film und Fernsehen. Allerdings werden insoweit keine Liberalisierungsverpflichtungen übernommen.

5 OECD

303 bis 304

Der Ministerrat der OECD hat 1988 beschlossen, die Verpflichtungen für den Film aus dem „Liberalisierungskodex für unsichtbare Transaktionen" auf den gesamten audiovisuellen Bereich auszudehnen. Mit dieser Entscheidung verpflichten sich die Mitgliedstaaten, Behinderungen des grenzüberschreitenden Verkehrs audiovisueller Werke zu beseitigen. Eine Expertengruppe für audiovisuelle Medien wird die teilweise sehr komplexen Regeln überarbeiten, nachdem die GATT-Uruguay-Runde abgeschlossen ist.

6 WARC/WRC

304

Die weltweite Funkverwaltungskonferenz WARC 92 hat im Frühjahr 1992 in Spanien stattgefunden. In ihrem Verlauf kam es zu einer Frequenzzuweisung an den Satellitenrundfunk, insbesondere für HDTV. Auf dieses Ziel hat die Europäische Rundfunkunion (UER/EBU) seit Jahren aktiv hingearbeitet. Die neue Frequenz ist von 2007 an, nach Abschluß eines Vorab-Koordinierungsverfahrens auch schon früher, uneingeschränkt nutzbar.

7 Europarat

304 bis 309

Mit seinen nunmehr 32 Mitgliedstaaten erfaßt der Europarat einen weit größeren geographischen Bereich als die Europäische Union. Im Berichtszeitraum haben die medienpolitischen Aktivitäten des Europarats merklich zugenommen. An der Initiative zu drei Fachministerkonferenzen war die Bundesrepublik Deutschland maßgeblich beteiligt. In den letzten Jahren hat die Beratung der mittel- und osteuropäischen Staaten (MOE) sowie der Nachfolgestaaten der Sowjetunion (NUS) beim Aufbau eines freiheitlichen Mediensystems eine wichtige Rolle gespielt.

Kurz vor der Verabschiedung der EG-Fernsehrichtlinie wurde am 5. Mai 1989 das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ) vom Ministerkomitee des Europarates beschlossen und zur Zeichnung aufgelegt. Es ist am 1. Mai 1993 in Kraft getreten. Die Zustimmung zur Ratifikation des FsÜ durch die Bundesrepublik Deutschland ist mit Gesetz vom 27. Mai 1994 erfolgt.

Darüber hinaus ist es zu mehreren Empfehlungen durch das Ministerkomitee zu Medienfragen gekommen. Diese verpflichten die Mitgliedstaaten zwar nicht zu einer rechtsverbindlichen Umsetzung in nationales Recht, sind jedoch Ausdruck gemeinsamer Grundüberzeugungen und können daher mittelbar normbildende Kraft entfalten. Sie betreffen u. a. das Recht auf Kurzberichterstattung, den Jugendschutz, das Urheberrecht sowie die Förderung der audiovisuellen Produktion in Europa.

Auf der Basis einer Entscheidung des Ministerkomitees aus dem Jahre 1988 wurde der „Europäische Unterstützungsfonds für die Koproduktion und den Vertrieb von kreativen kinematographischen und audiovisuellen Werken" (EURIMAGES) als Europarats-Teilabkommen geschaffen. Dem Fonds, der trilaterale audiovisuelle Gemeinschaftsproduktionen fördert, gehören mittlerweile 23 Staaten an. Bisher sind 157 Filmvorhaben mit rd. 340 Mio. FF gefördert worden, an 65 dieser Projekte waren deutsche Koproduzenten beteiligt.

8 Europäische Gemeinschaft (EG)/Europäische Union (EU)

309 bis 320

Die Europäische Kommission hat — unterstützt, teilweise auch veranlaßt durch das Europäische Parlament — seit Mitte der achtziger Jahre erhebliche Anstrengungen unternommen, einen gemeinsamen europäischen Binnenmarkt auch für die Medien zu ermöglichen. Hierbei konzentrierte sie sich auf drei Bereiche: Schaffung von „Spielregeln", Förderung der Programmindustrie und Beherrschung der neuen Technologien.

Die Richtlinie 89/522/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit vom 3. Oktober 1989 (EG-Fernsehrichtlinie) stellt neben dem erwähnten Fernsehübereinkommen des Europarates das wohl wichtigste europäische Regelungswerk zur Harmonisierung des jeweiligen nationalen Rundfunkrechts dar.

Ausgehend von dem vom Europäischen Gerichtshof (EuGH) entwickelten Sendestaatsprinzip harmonisiert sie die Vorschriften der Mitgliedstaaten für die Fernsehwerbung und das Sponsoring, enthält ein Verbot pornographischer oder sonstiger schwer jugendgefährdender Programme sowie die Verpflichtung der Mitgliedstaaten, das Gegendarstellungsrecht zu gewährleisten. Darüber hinaus stellt sie als politische Zielvorgabe die bis zuletzt politisch stark umstrittene „Quotenregelung" auf, nach der die Fernsehprogramme in den Mitgliedstaaten einen bestimmten Anteil an europäischen Werken und Werken unabhängiger Produzenten enthalten sollen.

Gegen den Kabinettsbeschluß der Bundesregierung vom 8. März 1989, der Richtlinie unter gewissen Voraussetzungen zuzustimmen, hat der Freistaat Bayern Klage vor dem Bundesverfassungsgericht erhoben. Der Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Anordnung blieb jedoch ohne Erfolg. Der im Hauptsacheverfahren noch nicht entschiedenen Klage sind in der Folgezeit die Mehrzahl der deutschen Länder beigetreten. Sie wollen hierdurch ihre Kompetenzen auf dem Felde des Rundfunks gegenüber dem auf den Binnenmarkt verweisenden Kompetenzanspruch der EU wahren. Die Länder verweisen dabei namentlich auf die Funktion des Rundfunks als Kulturträger, die eine einseitige oder auch nur überwiegend wirtschaftliche Betrachtungsweise lediglich als Dienstleistung verbiete.

Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch Strukturverbesserungen der europäischen audiovisuellen Industrie hat der Rat der Europäischen Union 1990 für die Jahre 1991 bis 1995 das MEDIA-Programm mit einem Volumen von 200 Mio. ECU beschlossen. Er hat darüber hinaus durch eine Richtlinie über die Annahme von Normen für die Satellitenausstrahlung von Fernsehdiensten in Europa und durch einen Aktionsplan die Entwicklung und Einführung neuer Fernsehtechniken positiv beeinflußt. Des weiteren geben europarechtliche Wettbewerbsverfahren der Europäischen Kommission immer wieder Anlaß, Medienfragen zu entscheiden; dies war etwa der Fall bei der Prüfung des gemeinsamen Einkaufs von Filmrechten durch mehrere Fernsehveranstalter.

Das im April 1994 vorgelegte Grünbuch zum audiovisuellen Sektor untersucht „strategische Optionen für die Stärkung der Programmindustrie". Es wird voraussichtlich die Diskussion über eine gemeinsame audiovisuelle Politik der EU in den nächsten Jahren prägen.

320

9 Euronews

Seit Beginn des Jahres 1993 besteht unter dem Namen „Euronews" ein europäischer Nachrichtenkanal mit Sitz in Lyon, der von elf Rundfunkanstalten bzw. -gesellschaften aus zehn Staaten getragen wird. Er sendet in fünf Sprachen rund um die Uhr Nachrichten. Der Sender kann sich aus dem Nachrichtenmaterial der Eurovision und damit aus Beiträgen von ca. 80 Sendern, die Mitglieder der EBU sind, bedienen. Er wird von der EU finanziell gefördert.

320 bis 322

III. Internationales Urheberrecht

320 bis 321

1 Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)

Seit 1991 wird über eine Modernisierung der „Revidierten Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst" (RBÜ) beraten. Diese Beratungen werden noch längere Zeit andauern. Dem im Jahr 1991 in Kraft getretenen Vertrag über die internationale Eintragung audiovisueller Werke (Filmregistervertrag) ist die Bundesrepublik Deutschland nicht beigetreten.

2 Europarat

321

Im Rahmen des Europarats sind im Berichtszeitraum Dokumente angenommen worden, die das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte berühren. Es handelt sich dabei um eine Empfehlung über Maßnahmen zur Bekämpfung der Piraterie und um ein Übereinkommen, das im wesentlichen die Regelungen der Richtlinie der Europäischen Union zur Klärung urheberrechtlicher Fragen des grenzüberschreitenden Satellitenrundfunks für den Europarat übernimmt.

3 EG/EU

321 bis 322

In der Folge ihres Grünbuchs aus dem Jahre 1988 über das Urheberrecht und die technologische Herausforderung hat der Rat der EU eine Reihe von Richtlinienvorschlägen beschlossen, die ab 1991 das Harmonisierungsprogramm der Kommission umgesetzt haben. Dazu gehören insbesondere die Richtlinie des Rates über den Rechtsschutz von Computerprogrammen, die Richtlinie zum Vermiet- und Verleihrecht und zu bestimmten verwandten Schutzrechten und die Richtlinie zu Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung.

IV. Diskussion über Medienkonzentration auf europäischer Ebene

322 bis 323

1 Europarat

322

Aufgrund von Konferenzbeschlüssen der europäischen Fachministerkonferenzen behandelt der Europarat Fragen der Medienkonzentration in Europa. Der Lenkungsausschuß Massenmedien (CDMM) hat eine Expertengruppe eingesetzt, die unter aktiver Mitarbeit der Bundesrepublik Deutschland alle Aspekte der Medienkonzentration und der Sicherung des Pluralismus erörtert hat.

2 EG/EU

322 bis 323

Die Europäische Kommission hat am 23. Dezember 1992 unter dem Titel „Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt — Bewertung der Notwendigkeit einer Gemeinschaftsaktion" ein Grünbuch vorgelegt. Es beschreibt die Medienkonzentrationserscheinungen und dokumentiert die Antikonzentrationsregelungen, die in den verschiedenen Mitgliedstaaten gelten. Die Kommission folgert aus der Unterschiedlichkeit der nationalen Regelungen die Möglichkeit von Wettbewerbsverzerrungen und von Beschränkungen der Dienstleistungs- und der Niederlassungsfreiheit. Sie sieht in diesem Bereich einen Harmonisierungsbedarf, will jedoch erst nach eingehender Konsultation aller Beteiligten Vorschläge für das weitere Vorgehen auf europäischer Ebene formulieren. Die Bundesregierung hat der Analyse der Europäischen Kommission widersprochen, da schon aufgrund der Sprachbarrieren von der Existenz europaweiter Medienmärkte noch nicht gesprochen und dieser Bereich deswegen auf nationaler Ebene in ausreichendem Maße reguliert werden kann. Im übrigen fehlt der EU für viele Aspekte der Medienkonzentration die Regelungskompetenz.

V. Audiovisuelles EUREKA

323 bis 324

Im Oktober 1989 haben sich eine Reihe europäischer Staaten, die Europäische Gemeinschaft und der Europarat zur Gründung eines audiovisuellen EUREKA entschlossen. Diese Einrichtung soll einen Rahmen für die Zusammenarbeit der Regierungen und Institutionen im Bereich von Film und Fernsehen schaffen und die traditionelle Fragmentierung des europäischen Medienmarktes überwinden helfen. Die Zahl der teilnehmenden Staaten aus West-, Mittel- und Osteuropa hat sich seither auf 32 erhöht. 1993 wurde die Europäische Informationsstelle für audiovisuelle Medien in Straßburg gegründet.

324 bis 325

VI. Bilaterale Medienbeziehungen

324

1 Medienpolitische Konsultationen

Um der wachsenden Bedeutung der Medien für die bilateralen Beziehungen gerecht zu werden, hat die Bundesregierung den Meinungsaustausch mit Medienexperten aus den Nachbarländern intensiviert und regelmäßig medienpolitische Konsultationen mit Frankreich, der Schweiz und mit Österreich abgehalten.

324

2 Europäischer Fernsehkulturkanal ARTE

Am 30. April 1992 wurde auf deutsch-französische Initiative hin der europäische Fernsehkulturkanal ARTE gegründet. Er hat seinen Sendebetrieb am 30. Mai 1992 aufgenommen. Nach dem Willen der Gründer soll er ein europäisches Fernsehprogramm mit kultureller Perspektive sein. Er steht europäischen Sendern zum Beitritt offen; die belgische RTBF hat mit ARTE am 4. Februar 1993 einen Kooperationsvertrag abgeschlossen.

324 bis 325

3 Filmabkommen

Die Bundesrepublik Deutschland hat mit einer Reihe von Ländern bilaterale Abkommen über die Gemeinschaftsproduktion von Filmen abgeschlossen. Ausländische Filme werden dadurch im Hinblick auf staatliche Förderungsmöglichkeiten inländischen gleichgestellt.

325

VII. Medien in der Dritten Welt

Die Bundesrepublik Deutschland unterstützt eine Vielzahl von Entwicklungsländern bei der Verbesserung der Kommunikationsstrukturen. Auf diesem Wege soll ein Beitrag zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung und Demokratisierung der Länder sowie zum Abbau des Nord-Süd-Informationsgefälles geleistet werden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß in den Empfängerländern die Medien i. d. R. anders strukturiert (und staatsnäher) sind als in westlichen Industriestaaten. Vor allem in Ländern Afrikas haben Umstrukturierungen hin zu Privatisierung sowie Presse- und Meinungsfreiheit begonnen, die durch eine jährliche Förderung der Bundesregierung — 1992 betrug sie 67 Mio. DM — unterstützt werden sollen.

325 bis 326

VIII. Hilfe im Medienbereich für MOE- und NUS-Staaten

Nach dem Zusammenbruch der kommunistischen Gesellschafts- und Wirtschaftssysteme besteht in den Reformstaaten Mittel- und Osteuropas (MOE) sowie in den Nachfolgestaaten der früheren Sowjetunion (NUS) großer Bedarf an Hilfe beim Aufbau demokratischer Strukturen. Den Medien kommt in diesem Demokratisierungsprozeß herausragende Bedeutung zu. Sie befinden sich jedoch noch häufig in einer instabilen Phase des Umbruchs und der gesetzlich vielfach noch nicht abgesicherten Neugründung. Die Bundesregierung unterstützt die Reformstaaten beim Aufbau demokratischer und pluralistischer Medienstrukturen und ihre Teilnahme am freien grenzüberschreitenden Informationsfluß. Ein Schwerpunkt der Förderung wird mittelfristig auf Maßnahmen liegen, die geeignet sind, fachliche Kenntnisse auf den Gebieten der Technik, der Programmredaktion und -produktion, vor allem bei den audiovisuellen Medien, zu vermitteln. Dies geschieht durch Fortbildungsseminare, Praktika, Hospitanzen und Beratung.

327 bis 328

H. Ausblick

Der technische Wandel, die wachsende wirtschaftliche Bedeutung und internationale Verflechtung von Presse-, Hörfunk- und Fernsehunternehmen machen eine gemeinsam von Bund und Ländern getragene Medienpolitik unausweichlich. Dabei ist insbesondere die weitere Konzentrationsentwicklung auf dem Mediensektor

aufmerksam zu verfolgen. Sorge bereitet ferner das Ausmaß von Gewalt und Pornographie in den Medien.

Entscheidend für die weitere Entwicklung wird auch sein, wie die Medien selbst in diesen und anderen Problemfeldern die ihnen vom Grundgesetz garantierten Freiheiten ausfüllen.

A. Einleitung

I. Gegenstand und Aufgabe des Berichts

Mit diesem neuen Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland wird nun nach 1970[1]), 1974[2]), 1978[3]) und 1985[4]) zum fünften Mal umfassend die Entwicklung und aktuelle Situation von Presse, Rundfunk, Film, audiovisuellen Medien und Tonträgern in Deutschland beschrieben. Die Darstellung knüpft zeitlich unmittelbar an den letzten Medienbericht an und deckt die Entwicklung bis etwa 1993/94 ab. Die Bundesregierung hatte die Fertigstellung des nunmehr vorliegenden Berichts wegen des starken Wandels in vielen medienrelevanten Bereichen, der nur zu schnell überholten Momentaufnahmen geführt hätte, und vor allem wegen der Vollendung der Einheit Deutschlands zunächst zurückgestellt. Es war ihr Ziel, die hierdurch bedingten tiefgreifenden Veränderungen in die Darstellung einbeziehen und somit einen ersten gesamtdeutschen Medienbericht vorlegen zu können.

Die Berichterstattung geht auf die Ankündigung der Bundesregierung vom 2. Juli 1969 zurück, anknüpfend an den Schlußbericht der von ihr 1967 eingesetzten „Kommission zur Untersuchung der Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz von Presseunternehmen und der Folgen der Konzentration für die Meinungsvielfalt in der Bundesrepublik Deutschland (Pressekommission)" (sog. Günther-Kommission) regelmäßig über mögliche Fortgänge dieser Konzentrationstendenzen zu berichten. Wegen der gleichartigen Funktionen von Presse und Rundfunk werde sie zukünftig auch auf die Probleme eingehen, die sich aus den wechselseitigen Beziehungen und der unterschiedlichen Organisation der beiden Medien ergeben.[5])

Anläßlich der Debatte über den Medienbericht 1974 nahm der Deutsche Bundestag am 12. März 1976 einstimmig einen Antrag des Innenausschusses[6]) an, in dem die Bundesregierung ersucht wurde[7]), regelmäßig einen Medienbericht vorzulegen. Gleichzeitig hat das Parlament den Berichtsauftrag um zusätzliche medienrelevante Sachthemen erweitert.

Diesem Auftrag entsprechend beschränkt sich die vorliegende Darstellung wie bereits die Vorberichte auf eine faktenbezogene Skizzierung der Entwicklung im Medienbereich in Deutschland. Diese Bestandsaufnahme soll als Grundlage für weiterführende Diskussionen und politische Schlußfolgerungen dienen.

Vor dem Hintergrund der zwischen Bund und Ländern verteilten Zuständigkeiten für den Medienbereich[8]) sieht die Bundesregierung ihre Aufgabe nicht darin, die Medienpolitik der Länder außerhalb der Überschneidungsbereiche mit dem Bund politisch zu bewerten. Allerdings gebietet es die Erfüllung ihrer eigenen Aufgaben und Kompetenzen sowie ihre gesamtstaatliche Verantwortung angesichts der essentiellen Bedeutung freier Medien für die freiheitlich demokratische Grundordnung, eine umfassende Darstellung von Lage und Entwicklung der Medien in der Bundesrepublik Deutschland zu geben.

Um dem Berichtsauftrag gerecht werden zu können, ist der Darstellung eine möglichst breitgefächerte Datenbasis zugrundegelegt worden; die Richtigkeit der im Bericht verwendeten Daten und Materialien liegt dabei in alleiniger Verantwortung der jeweils angegebenen Quelle.

Daß gleiche oder ähnliche Sachverhalte in Teilen des Berichts mehrfach behandelt werden, war aus sachlichen Gründen nicht immer zu umgehen.

II. Medienpolitisch relevante Entwicklungen

Herausragendes Ereignis auch in der Entwicklung des Medienbereichs seit 1985 war die Wiederherstellung der deutschen Einheit. Der vorliegende erste gesamtdeutsche Medienbericht versucht, im einzelnen den Weg zu einer einheitlichen Medienordnung für ganz Deutschland darzustellen. Daneben widmet er sich auch ausführlich der wirtschaftlichen Entwicklung der Medien. Im Berichtszeitraum waren die Medien eine überdurchschnittlich wachsende Wirtschaftsbranche, wie u. a. die überproportional steigende Zahl von Beschäftigten in diesem Bereich belegt.

Des weiteren setzt der Medienbericht entsprechend der Entwicklung seit 1985 folgende Schwerpunkte:

Duale Rundfunkordnung

Durch die Zulassung privatwirtschaftlichen Rundfunks, die durch die Einführung neuer Übertragungstechniken (z. B. Breitbandkabel und Satellit) und die bessere Ausnutzung der verfügbaren terrestrischen Frequenzen begünstigt wurde, setzte eine weitgehende Umgestaltung der Rundfunkordnung der Bundesrepublik Deutschland ein. Aus diesem Grund nimmt die Darstellung der rechtlichen, wirtschaftlichen und technischen Entwicklung des Rund-

[1]) BT-Drs. VI/692.
[2]) BT-Drs. 7/2104.
[3]) BT-Drs. 8/2264.
[4]) BT-Drs. 10/5663.
[5]) Vgl. BT-Drs. V/3856, S. 10, Ziffer 23.
[6]) Vgl. BT-Drs. 7/4770.
[7]) Vgl. Protokoll der Plenarsitzung am 12. März 1976, S. 15923 (c).

[8]) Vgl. hierzu Kapitel D.I.3.

funkbereichs im vorliegenden Bericht einen wesentlich breiteren Raum ein als im Vorbericht. Der Schwerpunkt der gesetzlichen Regelungsmöglichkeiten im Rundfunkbereich liegt wegen der im Grundgesetz verankerten Zuständigkeitsverteilung bei den Ländern; dieser Tatsache trägt der Bericht angemessen Rechnung.

Neuerungen im Bereich der Kommunikations- und Informationstechnologie werden den Rundfunkbereich auch weiterhin nachhaltig beeinflussen. Der Bericht versucht, Trends und Perspektiven in der technischen Entwicklung zu zeigen. Daneben widmet er sich der Frage, wie sich das Mediennutzungsverhalten des einzelnen infolge des stark erweiterten Angebotes verändert hat.

Fragen der Medienkonzentration

Die Beschreibung der wirtschaftlichen Entwicklung der Presse konnte an die Darstellung im Medienbericht 1985 anknüpfen. Wesentliche Veränderungen fanden auf dem Zeitungsmarkt des früheren Bundesgebiets nicht statt. Demgegenüber war die Presselandschaft in den neuen Bundesländern einem Strukturwandel unterworfen. Hier kam es durch den Verkauf der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen teils zu einem völligen Umbruch, teils zur Verfestigung der bestehenden Marktstrukturen. Der Bericht beschäftigt sich in diesem Zusammenhang ausführlich mit der Problematik der Pressekonzentration sowohl in den alten wie in den neuen Bundesländern. Im Ergebnis hat sich dabei das gesetzliche Instrumentarium des Kartell- und Wettbewerbsrechts regelmäßig als geeignet erwiesen, um Konzentrationsvorgänge zu verhindern: Für die alten Bundesländer ist im Berichtszeitraum keine signifikante Zunahme von Unternehmensverflechtungen festzustellen. Die Situation in den neuen Ländern dagegen gestaltet sich grundlegend anders und bedarf auch weiterhin besonderer Aufmerksamkeit.

Abweichend von den Darlegungen zur Entwicklung im Pressesektor verzichtet die Berichterstattung zum Rundfunkbereich — nicht zuletzt aus Gründen des Berichtsumfangs — auf eine ausführliche Würdigung der Konzentrationsproblematik. Eine umfassende Beschreibung der gegenwärtigen Lage und eine Stellungnahme hierzu hat die Bundesregierung bereits in ihrer Antwort auf die Große Anfrage der SPD-Bundestagsfraktion „Konzentrationserscheinungen bei elektronischen Medien"[9]) vom 24. März 1993 vorgelegt. Hierauf kann verwiesen werden, da sich insoweit keine grundlegenden Änderungen ergeben haben.

Medienrechtliche Entwicklung/Jugendschutz/ Gewaltdarstellungen in den Medien

Ein eigener Abschnitt befaßt sich mit der für den Medienbericht relevanten rechtlichen und gesetzgeberischen Entwicklung seit Mitte der achtziger Jahre. Bedeutsam waren hier zunächst die Ausgestaltung der dualen Rundfunkordnung durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts und deren Umsetzung durch die Länder. Ferner stellt der Bericht auch andere Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts vor, die von Bedeutung für den Medienbereich waren, und geht u.a. auf Fragen der Sorgfaltspflicht und der Selbstkontrolle der Presse, des Persönlichkeits-, Daten- und Verbraucherschutzes ein. Mit besonderer Aufmerksamkeit hat sich die Bundesregierung in jüngster Zeit dem Jugendschutz gewidmet. Die besorgniserregende Zunahme von Gewaltdarstellungen in den Medien hat sie dazu veranlaßt, ihre Bemühungen um einen effektiven Jugendschutz noch zu verstärken. Beispielhaft sei die Verschärfung der strafrechtlichen Jugendschutzvorschriften genannt. Wegen der Vielschichtigkeit der Thematik ist dem Jugendschutz nicht ein eigener Berichtsabschnitt gewidmet worden; vielmehr finden seine vielen verschiedenen Einzelaspekte an den jeweils relevanten Stellen Berücksichtigung. Zusammenfassend ist aber bereits an dieser Stelle festzuhalten, daß die Bundesregierung den Schutz der Jugend vor Gewaltdarstellungen und Pornographie als eine vorrangige Aufgabe betrachtet und sich — ungeachtet der anhaltenden Diskussion in Wissenschaft und Gesellschaft[10]) — der hiervon ausgehenden Gefahren und negativen Auswirkungen bewußt ist. Da die Freiheitsgarantien des Grundgesetzes staatliche Eingriffe nur sehr eingeschränkt zulassen, ist es vor allem auch Sache der Medien selbst, ihrer mit den Freiheitsrechten verbundenen Verantwortung gerecht zu werden und zu einer wirksamen Selbstbeschränkung und Selbstkontrolle zu kommen.

Europäische Entwicklung im Medienbereich

Einen anderen Schwerpunkt in der Berichterstattung bilden Fragen der internationalen Medienpolitik. Bedingt durch die fortschreitende technische Entwicklung und die damit einhergehenden Möglichkeiten grenzüberschreitender Kommunikation hat die internationale Medienpolitik im Berichtszeitraum stark an Bedeutung gewonnen und zunehmend die Entwicklung im Inland beeinflußt.

So haben im europäischen Raum u.a. die medienpolitischen Aktivitäten des Europarats deutlich zugenommen. Dazu gehören auch zahlreiche Empfehlungen und Übereinkommen, von denen an dieser Stelle nur das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ) genannt sei.

Auch die Europäische Union (EU) hat seit 1985 erhebliche Anstrengungen unternommen, um einen europäischen Binnenmarkt auch für den Medienbereich zu verwirklichen. Wesentlicher Bestandteil der Bemühungen um eine Harmonisierung der relevanten nationalen Bestimmungen war die Verabschiedung der sog. Fernsehrichtlinie sowie der Urheberrechtsrichtlinie betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung.

[9]) BT-Drs. 12/4622 (neu).

[10]) Vgl. hierzu insbesondere Kapitel E.I.

III. Rechtskompetenzen von Europäischer Union, Bund und Ländern

Wie in anderen Bereichen, so liegen auch in den medienrechtlichen und medienpolitischen Fragen nicht alle Zuständigkeiten in einer Hand. Vielmehr greifen Aufgaben und Kompetenzen der Europäischen Union (EU), des Bundes und der Länder ineinander und geraten teilweise auch zueinander in Widerspruch, insbesondere in Fragen der Rundfunkordnung.

Die Abgrenzung der Kompetenzen von EU und Mitgliedstaaten im Bereich der Medienpolitik, speziell in Fragen des Rundfunks, hat in der Bundesrepublik Deutschland zu einem Gerichtsverfahren zwischen Bund und Ländern vor dem Bundesverfassungsgericht geführt.[11]) Bund und Länder stimmen dabei jedoch grundsätzlich in folgendem überein: Rundfunksendungen haben zwar auch den Charakter einer Dienstleistung, der Begriff der Dienstleistung allein ist jedoch grundsätzlich nicht geeignet, das Wesen des Rundfunks als Medium hinreichend zu erfassen. Die auf den Dienstleistungsbereich beschränkte Binnenmarktkompetenz der EU bietet daher keine rechtliche Grundlage, die Rundfunkordnung auf europäischer Ebene umfassend zu regeln.

Einigkeit zwischen Bund und Ländern besteht des weiteren darin, daß das in Deutschland verfassungsrechtlich abgesicherte Prinzip der Staatsfreiheit der Medien, das auf europäischer Ebene durch Art. 10 EMRK geschützt ist, im Grundsatz Regelungen verbietet, die in die Programmfreiheit eines Rundfunkveranstalters eingreifen.

Soweit die Länder sich gegenüber der eher wirtschaftlichen Betrachtungsweise der EU auf die kulturelle Dimension des Rundfunks berufen, verliert diese Argumentation auch nach Einführung des Art. 128 EGV nicht an Gewicht, da der EU im Kulturbereich nunmehr zwar Kompetenzen zugewachsen sind, die Harmonisierung nationaler Rechtsvorschriften davon aber ausdrücklich ausgenommen ist.

Zu Recht wird in jüngster Zeit auch zunehmend darauf hingewiesen, daß den Medien — wie das Bundesverfassungsgericht in ständiger Rechtsprechung hervorhebt — eine wesentliche Rolle im demokratischen Prozeß zukommt.

Da der EU keine Einflußnahme auf die Verfassungen der Mitgliedstaaten zusteht, endet ihre Kompetenz spätestens dort, wo mögliche Regelungen in den demokratiespezifischen Kern der jeweiligen nationalen Medienordnung eingreifen. So fällt etwa die Sicherung des Pluralismus in den Zuständigkeitsbereich der Mitgliedstaaten. Auch das mittlerweile vertraglich verankerte Subsidiaritätsprinzip steht der Schaffung einer umfassenden europäischen Medienordnung entgegen.

Redaktionsschluß des Berichts war der 1. Mai 1994. Das bis dahin der Bundesregierung verfügbare bzw. bekannte Material ist Grundlage des Medienberichts. Aktuelle Daten sind, soweit möglich, nachgetragen worden.

[11]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.2.2.

B. Darstellung der Medien

I. Gesamtwirtschaftliche Position der Medien

1 Medien und Medienleistung aus funktionaler Sicht

Als Medien werden im folgenden ausschließlich Instrumente der Massen- und Gruppenkommunikation bezeichnet. Wegen funktionaler Gemeinsamkeiten sind die Medien bei Würdigung ihrer gesamtwirtschaftlichen Bedeutung trotz tiefgehender Unterschiede bei den Tätigkeitsbedingungen in den einzelnen Teilbereichen zu einem Wirtschaftssektor zusammengefaßt: Alle Medien dienen dazu, einerseits Kommunikatoren (Schriftstellern, Journalisten, Künstlern, Werbungtreibenden usw.) geeignetes Publikum und andererseits Rezipientengruppen bedarfs- oder mindestens bedürfnisgerechte[1]) Kommunikatordarbietungen, d. h. Information im weitesten Sinne, zu vermitteln. Wo sich Kommunikation über Medien vollzieht, stehen fast immer wenige Kommunikatoren vielen Rezipienten gegenüber.[2]) Alle Medien erbringen bei Erfüllung ihrer Vermittlungsaufgabe in Gesellschaft und Wirtschaft einander bedingende, also unmittelbar gekoppelte Vervielfältigungs- und Bündelungswirkungen.

Wenn das Zustandebringen der Vermittlung — an sich reine Dienstleistung — zur Verbreitung der Kommunikatordarbietung deren Umsetzung in vervielfältigte dauerhafte Aufzeichnungen erfordert, gehen Sachleistungen, etwa als „Druckwerke" im presserechtlichen Sinn (Text-, Ton- bzw. Bildträger), in die Herstellung der Medienleistung ein.

Solcher Leistungsartenvermischung entziehen sich jedoch Übertragungen in Hörfunk und Fernsehen: Rundfunksignale fungieren lediglich als sehr kurzlebiges Transportmittel, das die Darbietung (nach deren Umsetzung in frequenzmodulierte elektromagnetische Schwingungen) praktisch nur über den Raum trägt, sie also nicht speichert und deshalb keine Sachleistung im herkömmlichen Sinn einschließt.

[1]) Bedarfsgerecht ist ein Angebot erst dann, wenn es nicht nur den Bedürfnissen, sondern auch der Kaufkraft der Nachfragenden entspricht.

[2]) Ausnahmen finden sich in subventionierten bzw. entfunktionalisierten Bereichen der Medienwirtschaft, etwa auf bestimmten Feldern der Filmproduktion. Einrichtungen wie Bibliotheken und Datenbanken, bei denen der Rezipient die Informationsabgabe individuell steuert, sind entsprechend der hier benutzten Begriffsabgrenzung nicht dem Mediensektor zugeordnet.

2 Institutionelle Eingrenzung des rechnerisch als Mediensektor erfaßten Wirtschaftsbereiches

Grundsätzlich sind alle Tätigkeitsbereiche, die im wesentlichen dem Zustandebringen von Medienleistung dienen, dem Mediensektor zuzuordnen. Eine Ausnahme bilden Produktion und Absatz der Geräte, die Rezipienten für bestimmte Formen der Kommunikation benötigen (z. B. Rundfunkempfänger, Plattenspieler, Videorekorder u. ä.). Diese Leistungen rechnet man üblicherweise der einschlägigen Verbrauchsgüterindustrie bzw. dem entsprechenden Fachhandel zu; im folgenden sind sie deshalb nur nachrichtlich berücksichtigt. Außerdem kann schon das verfügbare — nur selten völlig homogene — Zahlenmaterial Abweichungen von einer strikt sachgerechten Zuordnung erzwingen. So erbringen auch Unternehmen, die dem wirtschaftlichen Schwerpunkt ihrer Tätigkeit nach nicht den Wirtschaftszweigen des Mediensektors angehören, Medienleistungen; hinsichtlich der Größenordnung der dort entstandenen Produktionswerte ist man auf Schätzungen angewiesen.

Die quantitative Beschreibung der gesamtwirtschaftlichen Position des Mediensektors hat sich, kurz gesagt, einer Datenlage anzupassen, die weitgehend durch für andere Zwecke erhobenes Zahlenmaterial bestimmt ist und schon deshalb Randunschärfen unvermeidlich werden läßt. Die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes faßt die Sach- und Dienstleistungen der hier als Bestandteile des Mediensektors begriffenen Wirtschaftsbereiche nicht zu einer eigenen Einheit zusammen. Die aus amtlichen Statistiken — namentlich aus der Umsatzsteuerstatistik, Kostenstrukturstatistiken und der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten — zu gewinnenden Daten erlauben dennoch aussagekräftige Gegenüberstellungen gesamtwirtschaftlicher, wirtschaftsbereichsbezogener, insbesondere mediensektoraler und medienintrasektoraler Entwicklungen. Vor allem lassen sich Produktionswert, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung in den untersuchten Jahren von 1982 bis 1990 und — soweit nach alten und neuen Bundesländern differenzierbar — auch bis 1992 jedenfalls für trendbezogene Grobvergleiche hinreichend verläßlich abschätzen.[3]) Dagegen reicht das verfügbare amtliche Zahlenmaterial nicht aus, um die Entwicklung des

[3]) Dem steht nicht entgegen, daß die angewandten Schätzverfahren Abweichungen zu anderen empirischen Daten im Medienbericht einschließen können. So differieren die im Berichtsabschnitt F vorgestellten Beschäftigtenzahlen der Bundesanstalt für Arbeit von den entsprechenden Angaben des DIW zum Mediensektor teilweise um mehr als 10 %. Dies ist vornehmlich darin begründet, daß das DIW den Anteil der dem Mediensektor zuzuordnenden Drucker enger eingrenzt.

Sachanlagevermögens im Mediensektor, also der Inanspruchnahme des Produktionsfaktors Kapital, zu beschreiben oder etwa die Entwicklung der nominalen Umsätze von Preisschwankungen zu bereinigen, also „real" darzustellen. Eine solche Beschreibung des Mediensektors, die allen Anforderungen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung entsprechen würde, bleibt ein derzeit nicht erreichbares Fernziel.

Die Darstellung in Kapitel B.I. stützt sich bei Ausschöpfung und Bewertung der verfügbaren Zahlenwerke auf ein Gutachten, das das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft erstellt hat.[4]) Das Gutachten ordnet folgende Branchen, die sich in der vom Statistischen Bundesamt verwendeten Systematik der Wirtschaftszweige von 1979 finden, ihrem wirtschaftlichen Schwerpunkt nach dem Mediensektor zu:[5])

- Produktion von Druckmedien:
  - Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage, sonstige Verlage, Buchbindereien, Druckereien (Zeitungsdruckereien und sonstige Druckereien mit Medienproduktion), Nachrichtenbüros, Journalisten;
- Distribution von Druckmedien:
  - Groß- und Einzelhandel von Verlagserzeugnissen,
  - Handelsvermittlung, Versandhandel mit Verlagserzeugnissen;
- Produktion und Distribution elektronischer Medien:
  - Hörfunk- und Fernsehanbieter,
  - Werbefunk und -fernsehen,
  - Tonträgerhersteller,
  - Musikverlage,
  - Film: Technik (Ateliervermietung, Kopieranstalten), Herstellung, Verleih, Vertrieb (einschl. Videotheken), Filmtheater, Film- und Dia-Werbung.

Wirtschaftszweige mit wesentlichen Beiträgen zur Produktion und Distribution von Medienprodukten und komplementären Strukturen sind:[6])

- Produktion und Distribution von Unterhaltungselektronik:
  - Unterhaltungselektronik-Hersteller
  - Großhandel mit Unterhaltungselektronik
  - Handelsvermittlung Unterhaltungselektronik
  - Einzelhandel Unterhaltungselektronik
- Nachrichtenübermittlung:
  - Rundfunkübertragungsdienste (Kabel-TV).

[4]) Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW): Gesamtwirtschaftliche Position der Medien in den Jahren 1982—1992. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft. Berlin 1994.

[5]) Vgl. Systematik der Wirtschaftszweige von 1979 (WZ); ebenso: Systematik der Wirtschaftszweige. Ausgabe 1979. Fassung für die Statistik im Produzierenden Gewerbe (SYPRO).

[6]) Im folgenden nur nachrichtlich berücksichtigt.

3 Maßstäbe der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung und Übersichten der Hauptergebnisse aus ihrer statistischen Umsetzung

Als Hauptmaßstäbe der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Mediensektors und seiner wichtigsten Wirtschaftszweige dienen zunächst:

- der Anteil an der Entstehung des Bruttoinlandsproduktes (BIP), d. h. der im Inland geschaffene Produktionswert als Summe aus:
  - Bruttowertschöpfung (Steuern abzüglich Subventionen[7]), Abschreibungen, Einkommen aus unselbständiger Arbeit sowie aus Unternehmertätigkeit und Vermögen) und
  - Vorleistungen
- sowie die Zahl der Erwerbstätigen bzw. der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Eine Zusammenfassung der aus der Anwendung dieser Maßstäbe auf den Mediensektor gewonnenen Größendaten für die Jahre 1982 bis 1992 bieten die Tabellen B 1 bis 4. Die Tabellen B 2 bis 4 enthalten zudem die entsprechenden Angaben über Produktionswerte, Bruttowertschöpfungen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte bzw. Erwerbstätige des Dienstleistungssektors sowie der Gesamtwirtschaft.

In den Tabellen B 5 und 6 ist als Ergebnis einer Schätzung die Verflechtung des Mediensektors mit anderen inländischen Wirtschaftssektoren und dem Ausland für das Jahr 1988 — bezogen auf die alten Bundesländer — dargestellt. Hervorzuheben ist die im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittliche außenwirtschaftliche Verflechtung des Mediensektors.

Die außenwirtschaftliche Rolle des Mediensektors ist nochmals gesondert dokumentiert in den Tabellen B 7 bis 9, die statistische Daten über die Ein- und Ausfuhr sich mit Sachleistung verbindender Medienprodukte enthalten. Der grenzüberschreitende Lizenzverkehr des Mediensektors ist mangels hinreichender Statistiken nur unvollständig berücksichtigt.[8])

Zu den Zahlenübersichten ist folgendes anzumerken:

Subventionen sind nicht als gesonderter Posten in die Darstellung der Bruttowertschöpfung des Mediensektors eingegangen; regelmäßig fielen sie dort insoweit auch nicht ins Gewicht. Hinsichtlich der Filmwirtschaft mußte das der Darstellung zugrundeliegende DIW-Gutachten sich ohnehin auf Schätzungen des Gesamtbetrages der Bruttowertschöpfung beschränken.

Aus den Tabellen B 2 sowie B 10 und 11 geht hervor, daß in den alten Bundesländern von 1982 bis 1990 sowohl der Produktionswert (+73,3 %) als auch die

[7]) Subventionen spielen in den für den Mediensektor angestellten Berechnungen der Bruttowertschöpfung keine Rolle.

[8]) Über Einzelheiten der Zahlenermittlung informiert das in Kapitel B.I.2 genannte Gutachten.

Tabelle B 1:

Produktion und Beschäftigung im Mediensektor insgesamt 1982 bis 1992

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
	in Mio. DM[1])					
Produktionswert	63385	71460	80805	91900	109865	132100
Bruttowertschöpfung	23925	27900	29725	33995	39035	46750
○ Steuern	1160	1375	1420	1500	1465	1630
○ Abschreibungen	1755	2030	2290	2780	3350	3860
○ Einkommen aus unselbständiger Arbeit	17580	19240	21695	24810	28560	34200
○ Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	3430	5255	4320	4905	5665	7060
Vorleistungen	39460	43560	51080	57905	70830	85350
	in Tsd.					
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	360	350	365	395	425	495

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweilige Preise.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Schätzungen des DIW.

Bruttowertschöpfung (+63,2 %) des Mediensektors stärker gestiegen sind als die des Dienstleistungssektors (+48,2 % und +59,8 %) und als die der Gesamtwirtschaft (+43,5 % und +52,0 %). Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (vgl. dazu auch Tabelle B 3) wuchs im Mediensektor mit +17,6 % noch deutlich rascher als im gleichfalls expandierenden Dienstleistungssektor (+16,9 %) und in diesen beiden Sektoren ganz erheblich schneller als in der Gesamtwirtschaft (+9,3 %). Bezogen auf 1992 ergeben sich allerdings wegen des erstmaligen Einbezugs der neuen Länder Steigerungsraten, die sich nicht für eine Trendbestimmung eignen, jedoch bei einem Vergleich mit den Daten von 1990 die Schlußfolgerung erlauben, daß die gesamtwirtschaftliche Position des Mediensektors in den neuen Bundesländern, gemessen an den regionalen Anteilen der vorerwähnten Bezugsgrößen, 1992 deutlich geringer ist als in den alten Bundesländern.

Die höchsten jährlichen Zuwachsraten innerhalb des Mediensektors erzielten die elektronischen Medien (dies sind in dem für die Darstellung herangezogenen Gutachten: Hörfunk, Fernsehen, Filmwirtschaft einschl. zugehöriger Werbebereiche sowie (sonstige) audiovisuelle Medien und Tonträger). Zuwachs ist sowohl beim Produktionswert als auch bei der Bruttowertschöpfung und der Beschäftigtenzahl zu beobachten. Hinsichtlich der Bruttowertschöpfung je Beschäftigtem wurden die elektronischen Medien allerdings vom Handel mit Verlagserzeugnissen erheblich übertroffen (vgl. im einzelnen Tabelle B 10).

Im Mediensektor der alten Bundesländer nahm, wie ebenfalls aus Tabelle B 10 ersichtlich, von 1982 bis 1990 der Anteil der Vorleistungen am Produktionswert zu; infolgedessen sank die Wertschöpfungsquote (das prozentuale Verhältnis von Bruttowertschöpfung zum Produktionswert) der Medien. Der größte Rückgang war bei den elektronischen Medien zu verzeichnen. Dort wiederum ging die Wertschöpfungsquote des Rundfunks mit Abstand am meisten zurück. Unter den Vorleistungen des Rundfunks fiel der Rechteerwerb aus dem Ausland mit einer Steigerungsrate von 342 % 1992 gegenüber 1982 besonders ins Gewicht (vgl. Tabellen B 7 bis B 9).

Die Druckmedien (ohne Handel) stellten 1990 mit 66,1 Mrd. DM oder 60,1 % und 1992 mit 77,2 Mrd. DM oder 58,4 % wie bisher den weitaus größten Anteil am Produktionswert des Mediensektors von insgesamt 109,9 Mrd. DM bzw. 132,1 Mrd. DM. 1982 hatte ihr relativer Produktionswertanteil mit 61,7 % nur 1,6 Prozentpunkte höher als im Jahre 1990 gelegen. Über das Verhältnis von Druckmedien einschließlich des zugehörigen Handels und elektronischen Medien hinsichtlich ihrer Anteile am Produktionswert, an der Bruttowertschöpfung und an der Zahl der Beschäftigten unterrichtet im einzelnen Tabelle B 12.

Gemäß der in Tabelle B 13 wiedergegebenen Entwicklung der Endverbraucherpreise für Medienprodukte von 1982 bis 1992 in den alten Bundesländern sind diese mit Ausnahmen für Publikumszeitschriften und Tonträger i. d. R. stärker gestiegen als der Preisindex für die Lebenshaltung. Der Index der Rundfunkgebühren ist durch die zum 1. Januar 1992 wirksam gewordene und frühestens zum 31. Dezember

Tabelle B 2:

Produktionswerte der einzelnen Teilbereiche des Mediensektors 1982 bis 1992
— in Mio. DM[1]) —

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
Zeitungsverlage	11565	12700	13715	14425	16550	20000
Zeitschriftenverlage	8915	10165	10780	12265	13490	15500
Buch- und sonstige Verlage[2])	7195	8070	10185	12115	15460	20450
Buchbindereien, Druckereien[3])	11390	12705	14320	16025	20600	21250
Handel mit Verlagserzeugnissen	12210	13370	15910	17770	20330	24300
Druckmedien insgesamt	51275	57010	64910	72600	86430	101500
Musikproduktion[4])	1695	1750	2040	2330	3430	3650
Filmwirtschaft[5])	3265	4845	5170	6915	7885	9570
Rundfunkanbieter	6400	7140	8045	9165	11200	16300
FFF-Werbung	750	715	640	890	920	1080
elektronische Medien insgesamt	12110	14450	15895	19300	23435	30600
Mediensektor insgesamt	63385	71460	80805	91900	109865	132100
davon:						
o mit Schwerpunkt Produktion	49325	55945	62750	71320	86445	104400
o mit Schwerpunkt Distribution[6])	14060	15515	18055	20575	23420	27700
nachrichtlich:						
Unterhaltungselektronik insgesamt	27555	28790	31530	36065	43345	45600
davon:						
o Unterhaltungselektronik-Produktion	10040	11580	11500	13540	13610	11900
o Unterhaltungselektronik-Handel	17515	17620	20455	22950	30180	33700
zum Vergleich:						
Dienstleistungssektor	2332580	2600160	2733460	2966750	3458000	4369000
Gesamtwirtschaft	4182240	4562560	4779160	5165660	6003240	7371000

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweilige Preise.
[2]) Einschl. Nachrichtenbüros und freier Journalisten, ohne Musikverlage.
[3]) Akzidenzdruck- und Werbedrucksachen.
[4]) Musikverlage und Tonträgerhersteller.
[5]) Einschl. Videotheken.
[6]) Handel mit Verlagserzeugnissen, Filmverleih und Filmvertrieb, Filmtheater, Videotheken.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Schätzungen des DIW.

Tabelle B 3:

Bruttowertschöpfung der einzelnen Teilbereiche des Mediensektors 1982 bis 1992
— in Mio. DM[1]) —

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
Zeitungsverlage	5780	6505	7040	7725	7740	9365
Zeitschriftenverlage	3060	3665	3470	4220	4410	5070
Buch- und sonstige Verlage[2])	2085	2415	2935	3355	4280	5660
Buchbindereien, Druckereien[3])	5625	6395	7000	7820	9900	10230
Handel mit Verlagserzeugnissen	2325	2485	2935	3340	3830	4600
Druckmedien insgesamt	18875	21465	23380	26465	30160	34925
Musikproduktion[4])	740	775	840	970	1340	1415
Filmwirtschaft[5])	1135	1785	1865	2515	2890	3585
Rundfunkanbieter	2810	3515	3310	3590	4220	6345
FFF-Werbung	365	360	330	455	470	500
elektronische Medien insgesamt	5050	6435	6345	7530	8875	11845
Mediensektor insgesamt	23925	27900	29725	33995	39035	46770
davon:						
o mit Schwerpunkt Produktion	20975	24725	26160	29800	34255	40800
o mit Schwerpunkt Distribution[6])	2950	3175	3565	4195	4780	5970
nachrichtlich:						
Unterhaltungselektronik insgesamt	6135	5885	6125	7630	8500	8680
davon:						
o Unterhaltungselektronik-Produktion	3350	3470	3400	3965	3730	3260
o Unterhaltungselektronik-Handel	2785	2415	2725	3665	4770	5420
zum Vergleich:						
Dienstleistungssektor	858710	961820	1053600	1170130	1372330	1783000
Gesamtwirtschaft	1472110	1623390	1796370	1945240	2237900	3028000

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweilige Preise.
[2]) Einschl. Nachrichtenbüros und freier Journalisten, ohne Musikverlage.
[3]) Akzidenzdruck- und Werbedrucksachen.
[4]) Musikverlage und Tonträgerhersteller.
[5]) Einschl. Videotheken.
[6]) Handel mit Verlagserzeugnissen, Filmverleih und Filmvertrieb, Filmtheater, Videotheken.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Schätzungen des DIW.

Tabelle B 4:

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den einzelnen Teilbereichen des Mediensektors 1982 bis 1992 — in Tsd. —

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
Buchbindereien, Druckereien[1])	113,0	109,6	115,2	108,0	121,5	126,5
Verlage, Nachrichtenbüros	142,6	140,2	145,4	168,8	176,4	209,5
Handel mit Verlagserzeugnissen	46,8	40,4	44,0	52,5	52,7	68,5
Musikproduktion[2])	12,6	9,9	11,0	11,5	15,3	16,0
Filmwirtschaft	16,4	16,2	16,4	18,5	21,2	27,0
Rundfunk	28,9	30,4	32,6	34,7	36,9	45,0
FFF-Werbung	1,8	1,6	1,4	1,9	1,8	2,5
Mediensektor insgesamt	362,1	348,3	366,0	395,9	425,8	495,0
nachrichtlich:						
Unterhaltungselektronik-Produktion	86,0	78,0	76,0	75,0	70,0	65,0
Unterhaltungselektronik-Handel	53,0	41,5	42,5	54,5	61,5	63,0
zum Vergleich:						
Dienstleistungssektor	9 994,2	10 060,7	10 430,9	10 967,3	11 678,7	16 162,4
Gesamtwirtschaft	20 465,8	20 040,3	20 730,1	21 265,1	22 368,1	29 444,4

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Akzidenzdruck- und Werbedrucksachen.
[2]) Einschl. Musikverlage.
Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Schätzungen des DIW.

Tabelle B 5:

Verflechtung des Mediensektors: Outputstruktur 1988 — in Mrd. DM —

	Produktionswert	Lieferungen an Unternehmen			letzte Verwendung	
		des Mediensektors	anderer Sektoren		privater Verbrauch	Export
			Medienprodukte[7])	andere Produkte		
Druckmedienproduktion	54,8	18,8	25,8	2,7	5,0	2,5
o Verlage[1])	38,8	9,8	18,8	2,7	5,0	2,5
o Buchbindereien, Druckereien (zum Teil)	16,0	9,0	7,0	—	—	—
Druckmediendistribution	17,9	3,5	6,8	1,0	6,6	—
elektronische Medien	19,2	5,5	3,0	2,0	7,5	1,2
o Musikproduktion[2])	2,3	0,2	—	—	1,2	0,9
o Filmwirtschaft[3])	6,9	4,2	0,1	0,5	1,8	0,3
o Rundfunk[4])	10,0	1,1	2,9	1,5	4,5	—
Mediensektor insgesamt	91,9	27,8	35,6	5,7	19,1	3,7
nachrichtlich: Medienproduktion und -distribution außerhalb des Mediensektors[5])	15,9	1,8	—	—	14,1	—
Unterhaltungselektronik[6])	46,0	—	—	17,3	19,0	9,7
Summe	153,8	29,6	35,6	23,0	52,2	13,4

[1]) Einschl. Nachrichtenbüros.
[2]) Musikverlage, Tonträgerhersteller.
[3]) Einschl. Videotheken.
[4]) Einschl. FFF-Werbung.
[5]) Rundfunkübertragung; Verkauf von Verlagserzeugnissen und elektronischen Medienprodukten außerhalb des Facheinzelhandels.
[6]) Einschl. der Distribution außerhalb des Facheinzelhandels.
[7]) Werbeleistung der Medien, Fachinformation für Unternehmen, Werbedruckschriften.

Quelle: Schätzungen des DIW.

Tabelle B 6:

Verflechtung des Mediensektors: Inputstruktur 1988 — in Mrd. DM —

	Vorleistungen	Vorleistungsbezüge aus dem Inland		Importe
		Medienbezüge	übrige Sektoren	
Druckmedienproduktion	31,7	9,8	20,8	1,1
○ Verlage[1])	23,5	9,8	13,7	—
○ Buchbindereien, Druckereien (zum Teil)	8,2	—	7,1	1,1
Druckmediendistribution	14,4	12,5	0,4	1,5
elektronische Medien	11,8	5,5	4,8	1,5
○ Musikproduktion[2])	1,3	0,2	0,7	0,4
○ Filmwirtschaft[3])	4,4	0,9	2,7	0,8
○ Rundfunk[4])	6,1	4,4	1,4	0,3
Mediensektor insgesamt	57,9	27,8	26,0	4,1
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik[5])	36,4	—	27,1	9,3
Summe	94,3	27,8	53,1	13,4

[1]) Einschl. Nachrichtenbüros.
[2]) Musikverlage, Tonträgerhersteller.
[3]) Einschl. Videotheken.
[4]) Einschl. FFF-Werbung.
[5]) Einschl. der Distribution außerhalb des Facheinzelhandels.
Quelle: Schätzungen des DIW.

Tabelle B 7:

Ausfuhr von Produkten des Mediensektors sowie der unterhaltungselektronischen Geräteindustrie lt. amtlicher Statistik 1982 bis 1992 — in Mio. DM —

	GP/SITC-Nr.	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Ausfuhr Medienprodukte[1]) insgesamt		2 031	2 180	2 572	3 025	3 355	3 567	3 805	4 439	4 696	5 087	5 223
Verlagserzeugnisse	892-21/29	1 605	1 677	1 853	2 058	2 235	2 360	2 547	2 751	2 861	3 112	3 132
o Bücher		775	778	874	976	1 022	1 072	1 162	1 318	1 374	1 540	1 544
o Zeitungen und Zeitschriften		802	869	940	1 042	1 159	1 241	1 329	1 367	1 420	1 488	1 504
o Bilderbücher		12	12	14	16	27	22	26	29	33	44	37
o Noten		4	6	6	8	8	9	9	10	11	14	13
o kartographische Erzeugnisse		11	13	19	16	20	17	20	27	23	26	34
nachrichtlich: Zeitungsdruckpapier	641 10	133	173	193	207	265	313	404	421	452	426	392
bespielte Tonträger	898 71/79	315	414	568	861	1 028	1 109	940	1 232	1 309	1 492	1 650
Film/Video		111	88	151	106	91	98	318	455	526	483	440
o Kinofilme	883 10/90	24	19	15	16	14	11	11	12	9	10	10
o bespielte Videokassetten	898 61-67	—	—	—	—	—	—	208	294	314	318	315
o Film/TV-Rechte[2])		87	69	136	90	77	87	99	149	203	165	115
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik-Produkte		5 098	5 056	5 829	6 993	7 793	7 326	9 328	10 367	10 660	10 358	9 194
o Hörfunk- und Fernseh-empfangsgeräte	3661	3 641	3 433	3 548	3 882	4 126	3 714	4 341	4 558	4 718	4 666	3 980
o phonotechnische Geräte	3663	1 457	1 623	2 280	3 111	3 668	3 612	3 848	4 387	4 459	4 405	4 083
o Leerbänder/-kassetten	898 41-45	—	—	—	—	—	—	1 139	1 422	1 484	1 287	1 131
Videospiele	894 31	—	—	—	—	—	—	4	5	15	33	45

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Sowie Unterhaltungselektronik-Produkte.
[2]) Zahlungsbilanzstatistik.
Quelle: Statistisches Bundesamt; OECD; ZVEI; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 8:

Einfuhr von Produkten des Mediensektors sowie der unterhaltungselektronischen Geräteindustrie lt. amtlicher Statistik 1982 bis 1992 — in Mio. DM —

	GP/SITC-Nr.	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Einfuhr Medienprodukte[1]) insgesamt		1 388	1 495	1 782	1 867	1 983	2 110	2 746	3 243	4 173	5 277	5 765
Verlagserzeugnisse	892-21/29	654	666	750	799	780	832	964	1 049	1 182	1 397	1 410
o Bücher		441	449	491	514	503	539	575	668	749	893	931
o Zeitungen und Zeitschriften		182	185	225	247	242	225	337	331	377	440	412
o Bilderbücher		9	10	11	12	11	13	22	17	17	21	20
o Noten		6	7	7	7	7	7	10	11	11	13	13
o kartographische Erzeugnisse		16	15	16	19	16	18	21	22	28	30	34
nachrichtlich: Zeitungsdruckpapier	641 10	895	845	956	1 013	1 083	1 111	1 131	1 223	1 377	1 268	1 209
bespielte Tonträger	898 71/79	276	323	440	559	640	716	778	1 065	1 264	1 721	2 139
Film/Video		458	505	592	509	563	562	1 003	1 129	1 727	2 159	2 217
o Kinofilme	883 10/90	49	43	43	46	37	40	41	36	42	42	44
o bespielte Videokassetten	898 61-67	—	—	—	—	—	—	213	252	290	332	360
o Film/TV-Rechte[2])		410	462	549	463	526	522	750	841	1 396	1 785	1 813
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik-Produkte		5 501	6 219	6 941	7 451	7 888	8 644	10 356	11 653	15 063	17 114	14 351
o Hörfunk- und Fernsehempfangsgeräte	3661	2 499	2 674	2 866	2 877	3 281	3 756	4 701	5 288	7 120	7 956	6 826
o phonotechnische Geräte	3663	3 002	3 546	4 074	4 574	4 607	4 888	4 612	5 244	6 680	7 992	6 402
o Leerbänder/-kassetten	898 41-45	—	—	—	—	—	—	1 044	1 121	1 263	1 166	1 123
Videospiele	894 31	—	—	—	—	—	—	34	38	83	320	510

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Sowie Unterhaltungselektronikprodukte.
[2]) Zahlungsbilanzstatistik.
Quelle: Statistisches Bundesamt; OECD; ZVEI; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 9:

Salden des Außenhandels mit Produkten des Mediensektors sowie der unterhaltungselektronischen Geräteindustrie lt. amtlicher Statistik 1982 bis 1992 — in Mio. DM —

	GP/SITC-Nr.	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Saldo: Ausfuhr-Einfuhr Medienprodukte[1]) insgesamt		642	685	790	1 158	1 372	1 457	1 059	1 195	523	–190	–542
Verlagserzeugnisse	892-21/29	950	1 011	1 103	1 259	1 456	1 528	1 582	1 702	1 679	1 715	1 723
o Bücher		334	329	384	462	519	533	587	650	625	647	614
o Zeitungen und Zeitschriften		620	684	715	795	917	986	992	1 036	1 043	1 048	1 093
o Bilderbücher		3	2	3	4	16	9	5	12	16	23	17
o Noten		–2	–1	–0	1	1	2	–1	–1	0	1	0
o kartographische Erzeugnisse		–4	–3	2	–3	3	–1	–1	5	–5	–3	–1
nachrichtlich: Zeitungsdruckpapier	641 10	–762	–673	–763	–807	–819	–798	–727	–802	–925	–842	–817
bespielte Tonträger	898 71/79	40	91	128	302	388	393	162	167	45	–230	–488
Film/Video		–348	–417	–441	–403	–471	–464	–685	–674	–1 201	–1 676	–1 777
o Kinofilme	883 10/90	–25	–24	–28	–30	–22	–29	–30	–24	–32	–32	–34
o bespielte Videokassetten	898 61-67							–5	42	24	–14	–44
o Film/TV-Rechte[2])		–323	–393	–413	–373	–449	–435	–651	–692	–1 193	–1 620	–1 698
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik-Produkte		–403	–1 163	–1 112	–458	–95	–1 318	–1 028	–1 286	–4 403	–6 756	–5 157
o Hörfunk- und Fernsehempfangsgeräte	3661	1 142	760	682	1 004	845	–42	–360	–730	–2 403	–3 290	–2 846
o phonotechnische Geräte	3663	–1 545	–1 922	–1 794	–1 463	–940	–1 276	–763	–858	–2 221	–3 587	–2 318
o Leerbänder/-kassetten	898 41-45	—	—	—	—	—	—	95	301	221	121	8
Videospiele	894 31	—	—	—	—	—	—	–30	–32	–68	–287	–465

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Sowie Unterhaltungselektronik-Produkte.
[2]) Zahlungsbilanzstatistik.
Quelle: Statistisches Bundesamt; OECD; ZVEI; Berechnungen des DIW.

1996 kündbare Gebührenfestsetzung beeinflußt.[9]) Bereits ab 1991 wurde er noch vom Preisindex der Fachzeitschriften übertroffen. Wie stark intensiver Wettbewerb die Preisentwicklung selbst gegen den gesamtwirtschaftlichen Trend prägen kann, illustrieren bei den elektronischen Medien und der damit funktional verbundenen Geräteindustrie die Angaben zur Entwicklung der Erzeugerpreise für Schallplatten und unterhaltungselektronische Geräte in Tabelle B 14 sowie die Tausenderkontaktumsätze des privaten Werbefernsehens (siehe Tabelle B 87 in Kapitel B.III.3.1.1).

Als Maßstab der Nachfrage nach Leistungen des Mediensektors dienen dessen Umsätze. Auf der Endverbraucherstufe handelt es sich vor allem um Umsätze, die mit werbenden Kommunikatoren (z. B. durch Werbung, Sponsoring) und mit Rezipienten (z. B. durch den Vertrieb von Presseprodukten, die Einziehung von Rundfunkgebühren) erzielt werden. Wie sich die sektoralen Umsätze von 1982 bis 1992 entwickelten, ist zusammen mit Vergleichsdaten zu

- den insgesamt, d. h. auch außerhalb des Mediensektors erwirtschafteten Werbeumsätzen,
- dem gesamten privaten Verbrauch,
- dem BIP sowie nachrichtlich
- dem privaten Verbrauch von Unterhaltungselektronik

in den Tabellen B 15 bis 17 dargestellt.

Im dem noch nicht durch die neue Bevölkerungs- und Gebietserweiterung beeinflußten Untersuchungszeitraum von 1982 bis 1990 stiegen die Werbeumsätze der Medien mit +62,5 % zwar schwächer als die der gesamten Werbewirtschaft (+69,0 %), aber immerhin deutlich stärker als die Nutzer- oder besser: Rezipientenentgelte[10]) (+54,2 %), als das BIP (+52,2 %) und als der private Verbrauch insgesamt (+41,5 %). Vor allem auf Sonderentwicklungen bei

[9]) Vgl. Kapitel B.III.2.1.5.

[10]) Zu den Rezipientenentgelten im einzelnen siehe Tabelle B 15 und 16.

Tabelle B 10:

Wirtschaftliche Entwicklung des Mediensektors 1982 bis 1992

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)	durchschnittliche jährliche Veränderungsrate			
	1982	1984	1986	1988	1990	1992	1986/82	1990/86	1990/82	1992/90
	in Mrd. DM[1])						in %			
Produktionswert										
o Druckmedien-Produktion	39,1	43,6	49,0	54,8	66,1	77,2	5,8	7,8	6,8	8,1
o Handel mit Verlagserzeugnissen	12,2	13,4	15,9	17,8	20,3	24,3	6,8	6,3	6,6	9,3
o elektronische Medien	12,1	14,5	15,9	19,3	23,4	30,6	7,0	10,2	8,6	14,3
o Mediensektor insgesamt	63,4	71,5	80,8	91,9	109,9	132,1	6,3	8,0	7,1	9,7
	in Mrd. DM[1])						in %			
Bruttowertschöpfung										
o Druckmedien-Produktion	16,6	19,0	20,4	23,1	26,3	30,3	5,4	6,5	6,0	7,3
o Handel mit Verlagserzeugnissen	2,3	2,5	2,9	3,3	3,8	4,6	6,0	6,9	6,4	9,6
o elektronische Medien	5,1	6,4	6,3	7,5	8,9	11,8	5,9	8,8	7,3	15,5
o Mediensektor insgesamt	23,9	27,9	29,7	34,0	39,0	46,8	5,6	7,0	6,3	9,5
	in Tsd.[2])						in %			
Beschäftigte										
o Druckmedien-Produktion	255,6	249,8	260,6	276,8	297,9	336,0	0,5	3,4	1,9	6,2
o Handel mit Verlagserzeugnissen	46,8	40,4	44,0	52,5	52,7	68,5	–1,5	4,6	1,5	14,0
o elektronische Medien	59,7	58,1	61,4	66,6	75,2	90,5	0,7	5,2	2,9	9,7
o Mediensektor insgesamt	362,1	348,3	366,0	395,9	425,8	495,0	0,3	3,9	2,0	7,8
	in Tsd.[1]) DM						in %			
Bruttowertschöpfung je Beschäftigtem										
o Druckmedien-Produktion	64,7	76,0	78,5	83,5	88,4	90,3	4,9	3,0	4,0	1,1
o Handel mit Verlagserzeugnissen	49,7	61,5	66,7	63,6	72,7	67,2	7,6	2,2	4,9	-3,9
o elektronische Medien	84,6	110,8	103,3	113,1	118,0	130,9	5,1	3,4	4,3	5,3
o Mediensektor insgesamt	66,1	80,1	81,2	85,9	91,7	94,5	5,3	3,1	4,2	1,5
	in %						in %			
Wertschöpfungsquote										
o Druckmedien-Produktion	42,4	43,5	41,7	42,2	39,8	39,3	–0,4	–1,2	–0,8	–0,7
o Handel mit Verlagserzeugnissen	19,0	18,6	18,4	18,8	18,8	18,9	–0,8	0,5	–0,1	0,2
o elektronische Medien	41,7	44,5	39,9	39,0	37,9	38,7	–1,1	–1,3	–1,2	1,1
o Mediensektor insgesamt	37,7	39,0	36,8	37,0	35,5	35,4	–0,6	–0,9	–0,8	–0,2

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweilige Preise.
[2]) Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, jeweils 30. Juni des Jahres.
[3]) Verhältnis von Bruttowertschöpfung zum Produktionswert.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 11:

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mediensektors 1982 bis 1992

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
	in %					
Relation Mediensektor zu Dienstleistungssektor						
o Produktionswert	2,7	2,7	3,0	3,1	3,2	3,0
o Bruttowertschöpfung	2,8	2,9	2,8	2,9	2,9	2,6
o Beschäftigte	3,6	3,5	3,5	3,6	3,6	3,1
Anteil des Mediensektors an der Gesamtwirtschaft						
o Produktionswert	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8
o Bruttowertschöpfung	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,5
o Beschäftigte	1,8	1,7	1,8	1,9	1,9	1,7

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 12:

Verhältnis von Druckmedien und elektronischen Medien 1982 bis 1992

Anteile am gesamten Mediensektor	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
	in %					
Druckmedienproduktion						
o Produktionswert	61,6	61,1	60,6	59,7	60,2	58,4
o Bruttowertschöpfung	69,2	68,0	68,8	68,0	67,5	64,8
o Beschäftigte	70,6	71,7	71,2	69,9	70,0	67,9
Handel mit Verlagserzeugnissen						
o Produktionswert	19,3	18,7	19,7	19,3	18,5	18,4
o Bruttowertschöpfung	9,7	8,9	9,9	9,8	9,8	9,8
o Beschäftigte	12,9	11,6	12,0	13,3	12,4	13,8
elektronische Medien						
o Produktionswert	19,1	20,2	19,7	21,0	21,3	23,2
o Bruttowertschöpfung	21,1	23,1	21,3	22,2	22,7	25,3
o Beschäftigte	16,5	16,7	16,8	16,8	17,7	18,3

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 13:

Entwicklung der Endverbraucherpreise für Medienprodukte 1982 bis 1992
— alte Bundesländer —

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	1982 = 100[1]										
Druckmedien											
○ Preisindex für Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	100,0	105,7	109,2	112,5	117,5	121,3	126,3	131,4	135,8	141,3	145,9
○ Durchschnittspreis der Buch-Neuerscheinungen	100,0	105,5	113,5	123,0	96,2	112,0	107,8	117,4	138,3	134,9	141,4
○ Monatsabonnement bei Zeitungen	100,0	105,4	109,8	115,0	119,8	123,8	129,2	133,9	138,8	144,7	153,1
○ Jahresabonnement bei Publikumszeitschriften	100,0	103,0	103,5	107,0	106,3	107,0	108,9	115,1	117,0	117,5	—
○ Jahresabonnement bei Fachzeitschriften	100,0	107,9	109,1	111,9	117,0	122,7	124,4	127,0	171,5	169,4	—
elektronische Medien											
○ Langspielplatte-Pop	100,0	100,9	99,6	98,4	96,3	93,7	93,0	91,8	92,4	94,9	96,0
○ Langspielplatte-Klassik	100,0	100,6	100,2	100,7	101,2	101,2	101,2	102,1	103,5	105,8	107,4
○ Durchschnittspreis je Kinokarte	100,0	102,9	105,0	106,7	108,3	110,1	112,8	115,4	118,2	121,6	126,6
○ Rundfunkgebühren (Grund- und Fernsehgebühren)	100,0	112,5	125,0	125,0	125,0	125,0	127,7	127,7	146,2	146,2	183,1
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik											
○ Preisindex für Hörfunk-, Fernseh- und Phonogeräte und Zubehörteile	100,0	97,4	95,7	94,0	90,3	87,8	84,7	83,3	82,5	81,8	80,8
zum Vergleich: Preisindex für die Lebenshaltung	100,0	103,3	105,8	108,0	107,9	108,1	109,5	112,5	115,6	119,5	124,3

[1] Preisbasis 1985, umbasiert auf 1982.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Pressestatistik; Verbandsdaten; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 14:

Entwicklung der Erzeugerpreise für Medienprodukte (Inlandsabsatz) 1982 bis 1992
— früheres Bundesgebiet —

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	1982 = 100[1])										
Druckmedien											
○ Bücher	100,0	101,8	104,3	110,2	112,2	113,9	116,7	119,4	122,9	127,2	130,7
○ Zeitungen	100,0	101,4	104,8	107,2	107,8	107,6	108,8	111,0	112,8	116,8	114,5
○ Zeitschriften	100,0	101,7	104,3	108,5	111,4	113,4	115,7	119,0	122,9	126,1	128,6
○ Kataloge und Werbedrucke	100,0	101,6	104,0	109,8	113,4	115,7	118,7	122,6	125,8	129,5	131,8
elektronische Medien											
○ Schallplatten	100,0	101,4	100,8	100,5	101,0	100,7	100,3	101,0	103,0	105,2	110,0
nachrichtlich: Unterhaltungselektronik											
○ Hörfunk- und Fernsehempfangsgeräte und -einrichtungen	100,0	101,1	100,3	97,8	98,0	97,3	94,4	93,0	92,1	91,7	90,8
– darunter Farbfernsehgeräte	100,0	101,5	99,5	96,1	97,2	95,0	91,5	89,5	88,2	87,5	87,1
○ phonotechnische Geräte	100,0	98,6	98,7	97,5	94,2	92,2	89,2	88,1	87,9	87,7	88,1

[1]) Preisbasis 1985, umbasiert auf 1982.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 15:

Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten 1982 bis 1992

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)		Veränderungsraten				durchschnittliche jährliche Veränderungsraten			
	1982	1984	1986	1988	1990	1991	1992	1986/82	1990/86	1990/82	1992/90	1986/82	1990/86	1990/82	1992/90
	in Mrd. DM							in %				in %			
Gesamtnachfrage[1])	34,1	37,8	41,4	46,4	53,6	60,7	66,2	21,3	29,5	57,1	23,6	4,9	6,7	5,8	11,2
I. Werbenachfrage															
o Medien insgesamt	12,1	13,8	15,1	17,0	19,6	22,6	24,4	24,8	30,2	62,5	24,7	5,7	6,8	6,3	11,7
o Druckmedien	10,2	11,8	12,8	14,0	15,5	17,6	18,7	25,5	21,3	52,3	20,2	5,8	4,9	5,4	9,7
o elektronische Medien	1,9	2,0	2,2	3,0	4,1	5,1	5,8	21,0	80,9	119,0	41,7	4,9	16,0	10,3	19,0
II. Nutzerentgelte insgesamt	22,1	24,0	26,3	29,4	34,0	38,1	41,8	19,4	29,2	54,2	22,9	4,5	6,6	5,6	10,9
II a. Endverbrauch	14,3	15,7	17,6	19,4	23,3	26,0	28,9	22,8	32,7	62,9	24,0	5,3	7,3	6,3	11,3
elektronische Medien insgesamt	6,9	7,9	8,8	9,8	11,8	13,1	15,5	27,6	34,3	71,4	31,2	6,3	7,7	7,0	14,5
o Tonträger[2])	2,4	2,2	2,7	3,3	4,4	4,9	5,1	13,8	61,2	83,3	16,1	3,3	12,7	7,9	7,8
o Kinobesuche[2])	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9	-7,3	5,5	-2,1	7,7	-1,9	1,4	-0,3	3,8
o Videoverleih[2])	0,4	0,6	1,0	1,1	1,0	1,0	0,9	163,9	5,8	179,2	-10,4	27,5	1,4	13,7	-5,4
o Videokauf[2])	0,0	—	—	0,1	0,2	0,6	0,6	.	.	1 050,0	152,2	.	.	.	58,8
o Pay-TV[3])	—	—	—	—	0,0	0,1	0,2	—	—	—	553,3	—	—	—	155,6
o Rundfunkgebühren	3,3	4,2	4,4	4,5	5,3	5,5	7,9	32,5	22,9	62,9	46,9	7,3	5,3	6,3	21,2
Bücher	7,4	7,9	8,8	9,6	11,5	12,9	13,4	18,3	31,1	55,1	16,5	4,3	7,0	5,6	8,0
II b. Vertriebsumsätze mit Zeitungen und Zeitschriften[4])	7,8	8,2	8,8	10,0	10,7	12,1	12,9	13,0	22,1	38,1	20,5	3,1	5,1	4,1	9,8
nachrichtlich: privater Verbrauch von Unterhaltungselektronik[2])	—	14,7	15,2	17,6	19,9	25,0	25,0	.	30,9	.	25,6	.	7,0	.	12,1
zum Vergleich: Nettowerbeumsätze insgesamt	14,6	16,8	18,6	21,0	24,6	28,6	31,3	27,7	32,3	69,0	27,2	6,3	7,2	6,8	12,8
privater Verbrauch insgesamt	918,1	1 003,6	1 068,6	1 153,7	1 299,2	1 607,7	1 722,1	16,4	21,6	41,5	32,6	3,9	5,0	4,4	15,1
Bruttoinlandsprodukt	1 588,1	1 750,9	1 925,3	2 096,0	2 417,8	2 798,8	3 003,5	21,2	25,6	52,2	24,2	4,9	5,9	5,4	11,5

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Addition der Positionen I und II.
[2]) Verbandsschätzungen.
[3]) DIW-Schätzung.
[4]) Direktvertrieb und Absatz an den Handel.
Zahlen für 1992 sind geschätzt.
Quelle: Verbandsdaten; Pressestatistik; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 16:

Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten

	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)		Veränderungs-raten 1992/90	
	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	abs.	je Haus-halt
	1982 = 100											in %	
Gesamtnachfrage[1]	100,0	107,0	110,8	114,8	121,3	128,1	135,9	142,6	157,1	178,0	194,2	23,6	−2,5
I. Werbenachfrage													
○ Medien insgesamt	100,0	107,4	114,8	118,4	124,8	132,0	141,1	152,1	162,5	187,7	202,7	24,7	−1,6
○ Druckmedien	100,0	108,3	116,0	119,3	125,5	131,2	137,6	145,8	152,3	172,3	183,1	20,2	−5,1
○ elektronische Medien	100,0	102,7	108,4	113,7	121,0	136,6	160,3	187,0	219,0	272,9	310,4	41,7	11,9
II. Nutzerentgelte insgesamt	100,0	106,8	108,7	112,9	119,4	126,0	133,1	137,4	154,2	172,6	189,5	22,9	−3,0
IIa. Endverbrauch	100,0	108,1	110,1	114,5	122,8	129,6	135,4	142,8	162,9	181,7	202,0	24,0	−2,1
elektronische Medien insgesamt	100,0	112,3	114,2	118,0	127,6	136,5	141,9	148,5	171,4	189,6	224,8	31,2	3,6
○ Tonträger[2])	100,0	95,4	93,5	103,8	113,8	124,8	136,4	153,5	183,3	204,0	212,9	16,1	−8,3
○ Kinobesuche[2])	100,0	103,1	95,6	91,5	92,7	96,4	97,1	93,7	97,9	115,9	105,4	7,7	−15,0
○ Videoverleih[2])	100,0	236,1	166,7	166,7	263,9	315,3	306,9	288,9	279,2	277,8	250,0	−10,4	−29,3
○ Videokauf[2])	100,0	.	.	.	.	325,0	550,0	725,0	1 150,0	3 200,0	2 900,0	152,2	99,1
○ Pay-TV[3])	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	553,3	415,8
○ Rundfunkgebühren	100,0	114,2	129,0	130,7	132,5	134,6	136,9	139,5	162,9	167,2	239,3	46,9	16,0
Bücher	100,0	104,1	106,2	111,2	118,3	123,2	129,3	137,3	155,1	174,3	180,7	16,5	−8,0
IIb. Vertriebsumsätze mit Zeitungen und Zeitschriften[4])	100,0	104,5	106,1	109,8	113,0	119,3	128,8	127,4	138,1	155,9	166,4	20,5	−4,8
nachrichtlich:													
Zahl der privaten Haushalte (Mio.)	25,1	25,4	25,7	25,9	26,2	26,4	26,8	27,2	27,7	34,8	35,1	26,7	
Nachfrage je Haushalt:													
Gesamtnachfrage	100,0	105,8	108,5	111,3	116,5	122,0	127,6	132,0	142,3	128,5	138,9	−2,5	−2,5
Werbenachfrage	100,0	106,2	112,4	114,8	119,9	125,8	132,5	140,8	147,2	135,6	144,9	−1,6	−1,6
Nutzerentgelte	100,0	105,6	106,4	109,4	114,6	120,0	125,0	127,1	139,7	124,7	135,5	−3,0	−3,0
zum Vergleich:													
Nettowerbeumsätze insgesamt	100,0	108,2	115,4	120,8	127,7	135,1	144,5	156,3	169,0	196,2	215,0	27,2	0,5
privater Verbrauch insgesamt	100,0	105,0	109,3	113,1	116,4	120,7	125,7	133,0	141,5	175,1	187,6	32,6	4,7
Bruttoinlandsprodukt	100,0	105,1	110,3	114,8	121,2	125,3	132,0	140,1	152,2	176,2	189,1	24,2	−1,9

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Addition der Positionen I und II.
[2]) Verbandsschätzungen.
[3]) DIW-Schätzung.
[4]) Direktvertrieb und Absatz an den Handel.
Zahlen für 1992 sind geschätzt.
Quelle: Verbandsdaten; Pressestatistik; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 17:

Entwicklung der prozentualen Anteile der einzelnen Medienprodukte in der inländischen Nachfrage 1982 bis 1992

	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	in %										
Gesamtnachfrage¹)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
I. Werbenachfrage											
○ Medien insgesamt	35,3	35,5	36,6	36,5	36,4	36,4	36,7	37,7	36,6	37,3	36,9
○ Druckmedien	29,9	30,3	31,3	31,1	31,0	30,6	30,3	30,6	29,0	29,0	28,2
○ elektronische Medien	5,4	5,2	5,3	5,4	5,4	5,8	6,4	7,1	7,6	8,3	8,7
II. Nutzerentgelte insgesamt	64,7	64,5	63,4	63,5	63,6	63,6	63,3	62,3	63,4	62,7	63,1
IIa. Endverbrauch	41,9	42,4	41,6	41,8	42,5	42,4	41,8	42,0	43,5	42,8	43,6
elektronische Medien insgesamt	20,3	21,3	20,9	20,8	21,3	21,6	21,1	21,1	22,1	21,6	23,4
○ Tonträger²)	7,0	6,3	5,9	6,4	6,6	6,9	7,1	7,6	8,2	8,1	7,7
○ Kinobesuche²)	2,5	2,4	2,1	2,0	1,9	1,9	1,8	1,6	1,5	1,6	1,3
○ Videoverleih²)	1,1	2,3	1,6	1,5	2,3	2,6	2,4	2,1	1,9	1,6	1,4
○ Videokauf²)	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4	1,1	0,9
○ Pay-TV³)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3
○ Rundfunkgebühren	9,6	10,3	11,2	11,0	10,5	10,1	9,7	9,4	10,0	9,0	11,9
Bücher	21,7	21,1	20,8	21,0	21,2	20,9	20,6	20,9	21,4	21,2	20,2
IIb. Vertriebsumsätze mit Zeitungen und Zeitschriften⁴)	22,7	22,2	21,7	21,7	21,2	21,1	21,5	20,3	20,0	19,9	19,5
nachrichtlich: privater Verbrauch von Unterhaltungselektronik²)	.	.	38,9	37,8	36,7	37,3	38,0	38,4	37,1	41,2	37,7

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Addition der Positionen I und II.
[2]) Verbandsschätzungen.
[3]) DIW-Schätzung.
[4]) Direktvertrieb und Absatz an den Handel.
Zahlen für 1992 sind geschätzt.
Quelle: Verbandsdaten; Pressestatistik; Berechnungen des DIW.

den elektronischen Medien, insbesondere auf die Etablierung des privatwirtschaftlichen Fernsehens, ist es zurückzuführen, daß sich der Anteil der Rezipientenentgelte an der Entwicklung der Nachfrage nach Medienleistungen von 64,7 % in 1982 auf 63,4 % in 1990 und 63,1 % in 1992 (Gesamtdeutschland) verringerte. Außerdem erzielten die elektronischen Medien auch bei den Rezipientenentgelten sowohl von 1982 bis 1990 als auch in Gesamtdeutschland von 1991 bis 1992 höhere Zuwachsraten als die Druckmedien, auf die jedoch 1992 noch immer 67,9 % der Gesamtnachfrage entfielen (vgl. Tabelle B 17).

Der Anteil von Medienprodukten am privaten Verbrauch lag 1992 nach den Berechnungen des DIW auf der Grundlage von amtlichen statistischen Zahlen und Verbandsangaben bei rd. 2,5 %. Bezieht man funktional zugehörige Produkte der unterhaltungselektronischen Industrie in die Berechnungen mit ein, dann steigt der Verbrauchsanteil auf etwa 3,7 %.

Resümierend bleibt festzustellen: die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Medien ist, gemessen an den Produktionswerten, den Bruttowertschöpfungen und den Zahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Medien- und Dienstleistungssektors und der Gesamtwirtschaft, von 1982 bis 1990 (in den alten Bundesländern) gestiegen. An diesem Zuwachs waren die elektronischen Medien überproportional beteiligt. Wegen der weitaus schwächeren gesamtwirtschaftlichen Position des Mediensektors in den neuen Ländern zeigt sich ein weitaus ungünstigeres — als Trendindikator allerdings wenig geeignetes — Wachstumsbild, wenn man undifferenziert das gesamte Bundesgebiet betrachtet. Die außenwirtschaftliche Verflechtung des Mediensektors insgesamt liegt unter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Sie nimmt aber zumindest bei den elektronischen Medien zu; dies gilt vor allem für den Import von Nutzungsrechten. Die mit Abstand größten Einfuhrüberschüsse zeigen sich in dem dem Mediensektor

nicht zugeordneten, ihm aber funktional nahestehenden Bereich der unterhaltungselektronischen Geräteindustrie.

II. Presse

1 Rechtliche Rahmenbedingungen der Presse

Grundlage der freien Presse in der Bundesrepublik Deutschland ist die in Art. 5 Abs. 1 GG verankerte Informations- und Pressefreiheit.[11]) Diese verfassungsrechtlichen Garantien werden durch die einzelnen Landespressegesetze[12]) ausgestaltet und gewährleistet. Sie bilden die Voraussetzung dafür, daß sich die Presse in der Bundesrepublik Deutschland frei und wirtschaftlich eigenständig entwickeln konnte.

Den aus der Verfassung folgenden Rechten der Presse stehen jedoch auch Pflichten, insbesondere die Sorgfaltspflicht[13]) bei der Berichterstattung, gegenüber. Der Deutsche Presserat[14]) als unabhängiges und von der Presse freiwillig eingesetztes Kontrollgremium hat in diesem Zusammenhang die Aufgabe, für die Beachtung der Grundregeln eines freien und verantwortlichen Journalismus einzutreten. Die genannten rechtlichen und institutionellen Bedingungen, die nunmehr ebenso für die neuen Bundesländer gelten, werden auch in Zukunft die Gewähr für ein freiheitliches, demokratisches Pressewesen bieten.

Die folgenden Darlegungen beschäftigen sich im einzelnen mit der wirtschaftlichen Entwicklung und Situation der Presse.

2 Zeitungen

In Anlehnung an die Pressestatistik des Statistischen Bundesamtes sind unter Zeitungen diejenigen publizistischen Produkte zu verstehen, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen, sich durch hohe Aktualität auszeichnen und in ihrer Berichterstattung universell angelegt sind. Obwohl die Sonntagszeitungen nur einmal pro Woche erscheinen, werden sie ebenfalls dem Segment der Zeitungen zugerechnet, da sie in Themenvielfalt und Aktualität den Tageszeitungen entsprechen und dazu bestimmt sind, die sonntags auftretende Lücke an aktuellen Nachrichten aus der Presse zu schließen.

Die schon im vorausgegangenen Medienbericht[15]) für den Bereich der Tagespresse getroffene Feststellung, der Rückgang der Konzentrationsbewegungen gehe mit einer Festigung der Position der marktbeherrschenden Blätter einher, trifft auch — bezogen auf die alten Bundesländer — für den Berichtszeitraum 1985 bis 1994 zu.

2.1 Zeitungsmarkt in den alten Bundesländern

2.1.1 Abonnement- und Straßenverkaufszeitungen

Größere Veränderungen auf dem Zeitungsmarkt West sind für den Berichtszeitraum nicht zu verzeichnen. Zeitungen mit weitgehend stabilem Verbreitungsgebiet waren zwischen 1985 und 1994 kaum intramediärem Wettbewerb ausgesetzt. Der Markt der regionalen und lokalen Zeitungen wird inzwischen mehrheitlich von Blättern in Erstanbieterposition geprägt, und Zeitungen in Alleinanbieterstellung sind um ein Mehrfaches häufiger als Zeitungen in nachrangiger Wettbewerbsposition zu finden. Die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise, d. h. der Kreise oder kreisfreien Städte, in denen nur eine Zeitung mit Lokalinformationen zur Verfügung steht, ist zwischen 1985 und 1993 im früheren Bundesgebiet nur geringfügig gestiegen, von 157 auf 161 (bzw. von 48,8 % auf 49,1 % aller Kreise). Intensive publizistische und wirtschaftliche Konkurrenz innerhalb abgegrenzter lokaler und regionaler Verbreitungsgebiete ist im Sektor der Tageszeitungen zur Ausnahme geworden. Dort, wo es ein Angebot von mehreren Zeitungen gibt, werden diese häufig von derselben Zeitungsgruppe oder von ineinander verflochtenen Verlagen herausgebracht. Eine Übersicht über die allgemeine Entwicklung der Tagespresse liefert Tabelle B 18; die Angebotsstrukturen in den Großstädten beleuchten die Tabellen B 19 und 20.

Demnach sind unter den 28 Großstädten, in denen nur eine Zeitung mit mit lokaler Berichterstattung angeboten wird, vier der insgesamt 16 Landeshauptstädte zu finden. In vier weiteren Landeshauptstädten stehen zwei Abonnementzeitungen derselben Verlagsgruppe zur Verfügung. Nach der Wiederherstellung der Einheit Deutschlands steht Berlin mit sieben Abonnementzeitungen und drei ortsbezogenen Straßenverkaufszeitungen hinsichtlich der Zeitungsdichte in Deutschland an der Spitze — auch wenn sich in der Verbreitung der Zeitungen im Stadtgebiet immer noch die einstige Teilung der Stadt widerspiegelt.[16])

Die Zahl der „Publizistischen Einheiten" (Vollredaktionen), Indikator gleichermaßen für publizistische Vielfalt wie Konzentration, hat sich zwischen 1985 und 1994 von 126 auf 114 vermindert. Zwölf Schließungen von Vollredaktionen steht nur eine Neueinrichtung gegenüber, bei der sich eine größere Regionalzeitung von ihrem bisherigen Mantellieferanten löste. Nur in drei der zwölf Fälle war die komplette Einstellung der Zeitung ursächlich für den Wegfall der Publizistischen Einheit; es handelte sich hierbei um eine Straßenverkaufszeitung und um zwei Titel, deren inhaltliche Ausrichtung durch die politischen Veränderungen im Herbst 1989 obsolet geworden war. In den neun übrigen Fällen gaben Zeitungen ihre publizistische Selbständigkeit als Vollredaktion nach vorangegangenen Kapitalverflechtungen auf.

[11]) Vgl. dazu Kapitel D.I.1.
[12]) Vgl. dazu Kapitel D.II.2.1.
[13]) Vgl. dazu Kapitel D.IV.7.1.
[14]) Vgl. dazu Kapitel D.IV.7.2.
[15]) BT-Drs. 10/5663, S. 51.

[16]) Siehe dazu auch Barbara Held/Thomas Simeon: Berliner Pressemarkt 1989—1994. Zwischenbericht zum Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Berlin 1994.

Tabelle B 18:

Strukturdaten zur Entwicklung der Tagespresse 1981 bis 1993

	früheres Bundesgebiet			Gebiet der ehemaligen DDR	Bundesrepublik Deutschland	
	1981	1985	1989 (April/ II. Quartal)	1989 (Okt./Nov.)	1991 (Sept./ II. Quartal)	1993 (Nov./ III. Quartal)
Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben[1])	392	382	358	38	410	384
darunter:						
o Abonnementzeitungen	384	375	350	37	397	372
davon überwiegend:						
– überregionale Verbreitung	8	8	7	7	12	9
– lokale/regionale Verbreitung	376	367	343	29	385	365
o Straßenverkaufszeitungen	8	7	8	1	13	11
Ausgaben von Tageszeitungen[2])	1 258	1 273	1 344	291	1 673	1 601
darunter:						
o Straßenverkaufszeitungen	40	35	32	1	47	50
Vollredaktionen (sog. Publizistische Einheiten)[3])	124	126	119	37	158	137
darunter:						
o Straßenverkaufszeitungen	7	7	6	1	10	8
Verkaufsauflagen aller Tageszeitungen in Mio. Exemplaren[4])	20,4	20,9	20,3	9,6	27,3	25,3
darunter:						
o Abonnementzeitungen	14,2	14,3	14,6	9,4	20,4	19,2
davon überwiegend						
– überregionale Verbreitung	0,6	0,6	0,6	3,3	1,0	0,8
– lokale/regionale Verbreitung	13,6	13,7	13,9	6,0	19,3	18,4
o Straßenverkaufszeitungen	6,2	6,6	5,6	0,2	6,8	6,2
Leserdichte (Tageszeitungsexemplare je Tsd. Einwohner)[5])	430	437	381	.	406	373
Ein-Zeitungs-Kreise[6])						
Anzahl	152	157	160	.	.	299
o in % aller Kreise	46,2	47,9	48,8	.	.	55,1
Wohnbevölkerung der Ein-Zeitungs-Kreise						
o in Mio.	21,4	22,0	22,3	.	.	30,5
o in % der Gesamtbevölkerung	34,7	35,9	36,5	.	.	38,2

[1]) Die Zahl der Verlagsbetriebe stimmt weitgehend (zu über 99 %) mit der Zahl der Hauptausgaben überein.
[2]) Ausgaben unterscheiden sich durch Abweichungen in (Unter-)Titel/Ausgabebezeichnungen und/oder in ihrem Text-/Anzeigenteil.
[3]) Vollredaktionen sind Redaktionen (auch Redaktionsgemeinschaften), die den allgemeinen politischen Teil einer Zeitung („Zeitungsmantel") im wesentlichen selbst redigieren.
[4]) Die Angaben schließen auch die Auflagen der Tageszeitungen ein, die nicht der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW), Bonn, angeschlossen sind (Auflagenanteil dieser Zeitungen: weniger als 1 %).
[5]) Wohnbevölkerung ab 15 Jahre.
[6]) Ein-Zeitungs-Kreise sind Kreise und kreisfreie Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus einer Tageszeitung über das aktuelle örtliche Geschehen informieren kann.

Abweichungen in der Summe sind rundungsbedingt.

Quelle: Walter J. Schütz: Deutsche Tagespresse 1989. In: Media Perspektiven, Heft 12/89, S. 748–774; ders.: Deutsche Tagespresse 1991. In: Media Perspektiven, Heft 2/92, S. 74–152; ders.: Zur Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989–1992. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) (Hrsg.): Zeitungen '92. Bonn 1992, S. 270–299; ders.: Deutsche Tagespresse 1993. In: Media Perspektiven, Heft 4/94, S. 168–198; ders.: Redaktionelle und verlegerische Struktur der Tagespresse. In: ebd., S. 199–215.

Tabelle B 19:

Zeitungsdichte in den deutschen Großstädten 1973 bis 1993*)

	1973		1976		1983		1985		1989**)		1991**)		1993**)	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Anzahl der Großstädte insgesamt	62	100,0	68	100,0	67	100,0	65	100,0	66	100,0	80	100,0	83	100,0
davon:														
o mit einer örtlichen Zeitung	18	29,0	20	29,4	21	31,3	22	33,8	22	33,3	24	30,0	28	33,7
o mit zwei örtlichen Zeitungen derselben Verlagsgruppe	2	3,2	6	8,8	6	9,0	7	10,8	7	10,6	7	8,8	15	18,1
o mit zwei und mehr örtlichen Zeitungen mindestens zweier verschiedener Verlagsgruppen	42	67,8	42	61,8	40	59,7	36	55,4	37	56,1	49	61,3	40	48,2

*) Nur Abonnementzeitungen.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Eigene Berechnungen nach: Schütz, Deutsche Tagespresse 1989; ders., Deutsche Tagespresse 1991; ders., Zur Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989–1992; ders., Deutsche Tagespresse 1993.

Einen Überblick über die Entwicklung der Tagespresse, die Größenordnungen der Publizistischen Einheiten und der Verlagsbetriebe liefern die Tabellen B 21 und 22.

Die Zahl der als Herausgeber von Zeitungen im früheren Bundesgebiet tätigen Verlage ging zwischen 1985 und 1994 von 382 auf 342 zurück. Diese Bestandsverminderung ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen: Außer durch Zeitungseinstellungen, von denen überwiegend nur kleinere und kleinste Titel betroffen waren[17], erloschen Verlage insbesondere dann, wenn ein anderes Presseunternehmen das von ihnen herausgegebene Blatt übernommen hatte. In diesen Fällen wurde der Titel entweder weitergeführt oder mit der konkurrierenden Ausgabe des neuen Mutterverlages verschmolzen.

Neugründungen von Zeitungen sind auch in den Jahren ab 1985 nur in geringer Zahl zu verzeichnen. Sie blieben angesichts der seit langem verfestigten Marktstrukturen fast alle erfolglos und stellten nach mehr oder weniger kurzer Zeit ihr Erscheinen wieder ein. Lediglich in einem Fall war der Marktzutritt durch besondere Umstände so begünstigt, daß die Zahl der seit 1954 auf Dauer erfolgreichen „echten" Zeitungsgründungen mit lokaler/regionaler Verbreitung im alten Bundesgebiet zwischen 1985 und 1994 von eins auf zwei stieg.

Als eine bemerkenswerte Neuerung auf dem Pressemarkt ist die gestiegene Zahl der von den Zeitungen herausgebrachten Ausgaben zu nennen, die über einen ortsbezogenen Text- und Anzeigenteil auf ein bestimmtes Verbreitungsgebiet ausgerichtet sind. Dabei handelt es sich jedoch nicht um Ausgaben, mit denen neue Kommunikationsräume erschlossen werden, sondern vielmehr um eine noch stärkere Parzellierung des bestehenden Vertriebsgebietes. Mit solchen sublokalen Ausgaben durch Aufteilung des bereits bestehenden Verbreitungsgebietes von Orts- und Kreisblättern entsprechen die Verlage den spezifischen lokalen Interessen der Leser und bieten den Anzeigenkunden die Möglichkeit einer noch stärker zielgruppengerichteten Werbung. Vor allem Zeitungsverlage in Großstädten sind bestrebt, durch Wechselseiten oder ortsteilbezogene Beiblätter täglich oder regelmäßig an bestimmten Wochentagen bürgernahe Informationen zu vermitteln.

Ein weiterer, im Hinblick auf die Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes interessanter Trend zeigt sich in der Verdichtung der Periodizität: Durch Übergang vom sechs- zum siebenmaligen Erscheinen pro Woche wird die sonntägliche Nachrichtenlücke nicht mehr ausschließlich von Sonntagsblättern, sondern nunmehr auch von Abonnementzeitungen geschlossen. Lag der Anteil der siebenmal erscheinenden Abonnementtitel an der Gesamtauflage im Jahre 1983 noch bei 6,2 %, so stieg er innerhalb eines Jahrzehnts auf 12,4 % und hat sich damit mehr als verdoppelt. In den neuen Bundesländern gab es 1989 noch keine Zeitung, die jeden Tag erschien, 1993 dagegen betrug der Auflagenanteil der siebenmal wöchentlich erscheinenden Blätter dort 8,5 %.

Gleichwohl ist die Zahl der Ausgaben von Zeitungsverlagen aus dem alten Bundesgebiet zwischen 1991 und 1993 insgesamt leicht zurückgegangen. Ursächlich hierfür ist, daß die Verlage Ausgaben, mit denen sie das eigene angestammte Verbreitungsgebiet im alten Bundesgebiet in die neuen Bundesländer hinein ausdehnen wollten, wieder eingestellt haben.

[17]) 1993 gab es im Bundesgebiet lediglich eine selbständig verlegte Zeitung, deren verkaufte Auflage unter 1000 Exemplaren lag.

Tabelle B 20:

Zeitungsangebot in den deutschen Großstädten 1993

Großstädte (über 100 000 Einwohner insgesamt)	83
davon:	
1. mit nur einer Abonnementzeitung	28
Augsburg*	Karlsruhe
Braunschweig	Kassel*
Bremerhaven*	*Kiel*
Chemnitz~	Koblenz
Cottbus^	Leipzig~
Darmstadt	Lübeck
Freiburg	*Magdeburg*^
Göttingen	Oldenburg
Hamm	Osnabrück
Heidelberg	Regensburg
Heilbronn	*Saarbrücken**
Herne*	Salzgitter
Hildesheim	*Schwerin*
Ingolstadt	Wuppertal*
2. mit zwei Abonnementzeitungen derselben Verlagsgruppe	15
Aachen	Jena
Erfurt	Mühlheim*
Erlangen	Nürnberg*
Essen*	Oberhausen*
Fürth	*Stuttgart***
Gera	*Wiesbaden*
Hagen*	Würzburg*
*Hannover***	
3. mit zwei Abonnementzeitungen	29
Bergisch-Gladbach	*München*~/*
Bielefeld*	Münster*
Bochum*	Neuss*
Bonn*/^	Offenbach
Bottrop	Pforzheim
Dresden~	Recklinghausen
Gelsenkirchen**/*	Remscheid
Halle~	Reutlingen
Köln*/~	Rostock
Krefeld*	Solingen
Leverkusen	Ulm
Ludwigshafen	Wolfsburg*
Mainz	Zwickau
Mönchengladbach	
4. mit drei Abonnementzeitungen, darunter zwei derselben Verlagsgruppe	8
Bremen~/*	*Hamburg*~/**/*
Dortmund*	Moers
Duisburg*	Siegen
Frankfurt~/*	Witten*
5. mit drei Abonnementzeitungen	2
Düsseldorf~/*	
Potsdam^	
6. mit sieben Abonnementzeitungen	1
Berlin~/*	

Erscheinungsort in kursiv = Landeshauptstädte.

* Großstädte, in denen Abonnementzeitungen regelmäßig auch stadtteilbezogene Ausgaben herausbringen.

** Großstädte, in denen außerdem noch selbständige Stadtteilzeitungen für Teile des Stadtgebietes erscheinen.

^ Großstädte, in denen zusätzlich eine lokal berichtende Straßenverkaufszeitung erscheint.

~ Großstädte, in denen zusätzlich mehr als eine lokal berichtende Straßenverkaufszeitung erscheint.

Quelle: Schütz, Deutsche Tagespresse 1993.

Tabelle B 21:

Größenstruktur der Vollredaktionen in der Tagespresse: 1985 gegenüber 1989 und 1989 gegenüber 1993

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	früheres Bundesgebiet						Zunahme (+) oder Abnahme (–)		
	(Juni) 1985			1989 (April)			Juni 1985 bis April 1989		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage¹) von insges. 20,94 Mio. Exemplaren	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage¹) von insges. 20,28 Mio. Exemplaren	Änderung des Gruppenbestandes	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
	abs.	%	%	abs.	%	%	abs.	Verlags-betriebe	Verkaufs-auflage
1. bis 5 000	1	0,8	0,0	1	0,8	0,0	0	0,0	0,0
2. 5 000 bis 10 000	3	2,4	0,1	1	0,8	0,0	–2	–1,6	–0,1
3. 10 000 bis 40 000	26	20,6	3,3	23	19,3	2,9	–3	–0,7	–0,4
4. 40 000 bis 60 000	11	8,8	2,3	11	9,2	2,5	0	+0,4	+0,2
6. 60 000 bis 100 000	24	19,0	9,0	19	16,0	7,1	–5	–3,0	–1,9
6. 100 000 bis 150 000	18	14,3	10,9	20	16,8	12,3	+2	+2,5	+1,4
7. 150 000 bis 250 000	28	22,2	26,0	27	22,7	26,0	–1	+0,5	0,0
8. 250 000 und mehr	15	11,9	48,4	17	14,3	49,1	+2	–2,4	–0,7
9. ohne Angaben	—	—	—	—	—	—	—	—	—
insgesamt	126	100	100	119	100	100	–7	—	—

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	früheres Bundesgebiet/ Gebiet ehemalige DDR²)			Deutschland			Zunahme (+) oder Abnahme (–)		
	1989 (April/Okt.)			1993 (Nov.)			1989 (April/Okt. bis 1993 (Nov.)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage¹) von insges. 29,93 Mio. Exemplaren	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage¹) von insges. 25,37 Mio. Exemplaren	Änderung des Gruppenbestandes	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
	abs.	%	%	abs.	%	%	abs.	Verlags-betriebe	Verkaufs-auflage
1. bis 5 000	2	1,3	0,0	2	1,5	0,0	–0	+0,2	0,0
2. 5 000 bis 10 000	1	0,6	0,0	1	0,7	0,0	–0	+0,1	0,0
3. 10 000 bis 40 000	32	20,5	2,8	20	14,6	2,1	–12	–5,9	–0,7
4. 40 000 bis 60 000	13	8,3	2,1	12	8,8	2,2	–1	+0,5	+0,1
5. 60 000 bis 100 000	24	15,4	6,0	22	16,1	6,7	–2	+0,7	+0,7
6. 100 000 bis 150 000	21	13,5	8,7	18	13,1	8,8	–3	–0,4	+0,1
7. 150 000 bis 250 000	33	21,2	21,8	37	27,0	28,1	+4	+5,8	+6,3
8. 250 000 und mehr	30	19,2	58,5	25	18,2	51,9	–5	–1,0	–6,6
9. ohne Angaben	—	—	—	—	—	—	—	—	—
insgesamt	156	100	100	137	100	100	–19	—	—

¹) Die Auflage aller zugehörigen Ausgaben ist eingerechnet. Die eingeschlossene Verkaufsauflage der Straßenverkaufszeitungen betrug 1989 5,6 Mio. und 1993 6,2 Mio. Stück.

²) Summe aus den für das frühere Bundesgebiet im April und für die ehemalige DDR im Oktober 1989 vorliegenden Zahlen.

Quelle: Schütz, Deutsche Tagespresse 1989; ders., Deutsche Tagespresse 1991; ders., Zur Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989–1992; ders., Deutsche Tagespresse 1993; siehe auch Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, Tabelle 5, S. 164 f.

Tabelle B 22:

Änderungen der Betriebsgrößenstruktur in der Tagespresse: 1985 gegenüber 1989 und 1989 gegenüber 1993

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	früheres Bundesgebiet						Zunahme (+) oder Abnahme (–)		
	(Juni) 1985			1989 (April)			Juni 1985 bis April 1989		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage[1]) von insges. 20,94 Mio. Exemplaren	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage[1]) von insges. 20,28 Mio. Exemplaren	Änderung des Gruppenbestandes	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
	abs.	%	%	abs.	%	%	abs.	Verlagsbetriebe	Verkaufsauflage
1. bis 5 000	63	16,5	0,8	52	14,5	0,7	–11	–2,0	–0,1
2. 5 000 bis 10 000	83	21,7	2,9	74	20,7	2,6	–9	–1,0	–0,3
3. 10 000 bis 40 000	142	37,2	13,8	137	38,3	13,6	–5	+1,1	–0,2
4. 40 000 bis 60 000	21	5,5	4,7	23	6,4	5,4	+2	–0,9	+0,7
5. 60 000 bis 100 000	22	5,8	8,0	17	4,7	6,3	–5	–1,1	–1,7
6. 100 000 bis 150 000	18	4,7	10,5	20	5,6	12,1	+2	+0,9	+1,6
7. 150 000 bis 250 000	23	6,0	20,2	26	7,3	23,8	+3	+1,3	+3,6
8. 250 000 und mehr	10	2,6	39,1	9	2,5	35,6	–1	–0,1	–3,5
9. ohne Angaben	—	—	—	—	—	—	—	—	—
insgesamt	382	100	100	358	100	100	–24	—	—

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	früheres Bundesgebiet/ Gebiet ehemalige DDR[2])			Deutschland			Zunahme (+) oder Abnahme (–)		
	1989 (April/Okt.)			1993 (Nov.)			1989 (April/Okt.) bis 1993 (Nov.)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage[1]) von insges. 29,93 Mio. Exemplaren	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage[1]) von insges. 25,37 Mio. Exemplaren	Änderung des Gruppenbestandes	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
	abs.	%	%	abs.	%	%	abs.	Verlagsbetriebe	Verkaufsauflage
1. bis 5 000	54	13,6	0,5	46	12,0	0,5	–2	–1,6	0,0
2. 5 000 bis 10 000	74	18,7	1,8	79	20,6	2,3	+5	+1,9	+0,5
3. 10 000 bis 40 000	146	36,9	10,0	141	36,7	11,5	–5	–0,2	+1,5
4. 40 000 bis 60 000	25	6,3	4,0	25	6,5	4,7	0	+0,2	+0,7
5. 60 000 bis 100 000	22	5,6	5,5	22	5,7	6,5	0	+0,1	+1,0
6. 100 000 bis 150 000	21	5,3	8,6	21	5,5	10,4	0	+0,2	+1,8
7. 150 000 bis 250 000	32	8,1	20,3	34	8,9	24,7	+2	+0,8	+4,4
8. 250 000 und mehr	22	5,6	49,4	16	4,2	39,4	–6	–1,4	–10,0
9. ohne Angaben	—	—	—	—	—	—	—	—	—
insgesamt	396	100	100	384	100	100	–12	—	—

[1]) Die Auflage aller zugehörigen Ausgaben ist eingerechnet. Die eingeschlossene Verkaufsauflage der Straßenverkaufszeitungen betrug 1989 5,6 Mio. und 1993 6,2 Mio. Stück.

[2]) Summe aus den für das frühere Bundesgebiet im April und für die ehemalige DDR im Oktober 1989 vorliegenden Zahlen.

Quelle: Schütz, Deutsche Tagespresse 1989; ders., Deutsche Tagespresse 1991; ders., Zur Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989–1992; ders., Deutsche Tagespresse 1993; siehe auch Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, Tabelle 5, S. 164 f.

Tabelle B 23:

Entwicklung der Verkaufsauflagen der Straßenverkaufszeitungen 1984 bis 1993 – in Tsd. Stück –

IV. Quartal	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Abendpost-Nachtausgabe, Frankfurt[1])	143,7	134,1	125,0	127,3	.	—	—	—	—	—
Abendzeitung, München	220,5	214,7	211,0	207,4	215,3	211,0	209,2	200,0	191,0	181,5
Abendzeitung/8-Uhr-Blatt, Nürnberg	46,6	46,2	39,6	36,9	36,7	38,5	37,5	35,9	33,6	32,8
Bild, Hamburg	5 261,6	5 065,1	4 716,5	4 826,3	4 248,0	4 328,2	4 339,4	4 506,7	4 342,6	4 302,0
Kurier am Abend, Berliner Kurier, Berlin[2])	.	.	.	.	.	204,8[9])	.	116,8	163,7	181,2
Berliner Kurier am Morgen, Berlin[3])	—	—	—	—	—	—	—	111,6	—	—
Express, Köln	308,0	307,0	302,3	302,7	307,0	311,9	310,3	305,7	299,7	297,4
BZ, Berlin	310,8	306,7	305,4	299,5	294,8	292,8	286,8	335,4	332,6	313,5
Dresdner Morgenpost, Dresden[4])	—	—	—	—	—	—	.	94,5	84,7	87,2
Düsseldorf Express, Düsseldorf	134,3	130,3	124,2	119,9	125,4	122,2	125,0	122,4	120,5	118,0
Hamburger Morgenpost, Hamburg[5])	164,3	156,1	138,8	139,8	145,9	158,4	166,1	190,6	181,6	174,5
Mitteldeutscher Express, Halle[6])	—	—	—	—	—	—	150,0[*])	45,5[*])	66,3	69,7
Super-Ossi, Berlin[7])	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Super! Zeitung, Berlin[8])	—	—	—	—	—	—	—	370,0[*])	—	—
tz, München	182,5	179,8	177,5	178,1	173,6	170,3	174,9	170,4	168,4	160,8
insgesamt	6 977,1	6 540,0	6 140,3	6 237,9	5 546,7	5 633,3	5 799,2	6 605,5	5 984,7	5 918,6

[*]) Diese Auflagenangaben sind den BDZV-Jahrbüchern 1991 und 1992 entnommen und beruhen auf IVW-Meldungen (II. Quartal), auf Eigenangaben der Verlage oder sonstigen Veröffentlichungen.
[1]) Im Dezember 1988 eingestellt.
[2]) Dezember 1990 Titeländerung in „Berliner Kurier am Abend", seit Juli 1992 „Berliner Kurier".
[3]) Neugründung April 1991, im Juli 1992 mit „Berlinder Kurier am Abend" verschmolzen.
[4]) Neugründung Juni 1990.
[5]) Seit 1991 auch eine Ausgabe für Mecklenburg.
[6]) Bis Ende April 1991 erschienen als „Neue Presse Express".
[7]) Neugründung Februar 1991, im März 1991 eingestellt.
[8]) Neugründung Mai 1991, im Juni 1992 eingestellt.
[9]) Auflagenangabe ist offiziellen Unterlagen des ehemaligen Presse- und Informationsdienstes der Regierung der DDR entnommen.

Quelle: Auflagenzahlen nach der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW), Bonn.

Nach einer langen Periode wachsender Zeitungsauflagen im früheren Bundesgebiet ist seit 1983 auch die verkaufte Gesamtauflage der Tageszeitungen geringfügig gefallen. Die Entwicklung ist jedoch differenziert zu betrachten, da sie in den Segmenten der Abonnementzeitungen und der Straßenverkaufspresse entgegengesetzt verlief. In der erstgenannten Gruppe sind die Auflagen auch nach 1983 weiter langsam angestiegen oder haben sich auf hohem Niveau stabilisiert. Hier dürfte sich die Zunahme der Haushalte, die zur Organisation des Alltags eine Tageszeitung benötigen, stärker ausgewirkt haben als die sich in aktuellen empirischen Untersuchungen andeutende Abwendung der jüngeren Leserschaft von der Zeitung.[18])

Bei den im Straßenverkauf abgesetzten Titeln dagegen hat der Auflagenrückgang schon Ende der siebziger Jahre eingesetzt und ist bis heute nicht zum Stillstand gekommen. Es ist nicht auszuschließen, daß insbesondere ein Teil der Unterhaltungsbedürfnisse, dem diese Blätter dienen, vom erweiterten Angebot des Fernsehens besser bzw. kostengünstiger befriedigt wird. Zur Entwicklung der Auflagen der Straßenverkaufspresse im einzelnen siehe Tabelle B 23.

2.1.2 Überregionale Tageszeitungen

Die überregionalen Tageszeitungen zeichnen sich dadurch aus, daß sie den überwiegenden Teil ihrer Auflage im Gegensatz zur lokalen/regionalen Tagespresse ohne Anbindung an ein bestimmtes lokal oder regional begrenztes Verbreitungsgebiet absetzen. Im Gesamtangebot der Tagespresse im alten Bundesgebiet stellen sie nur ein kleines Segment dar. Ihre Zahl hat sich überdies zwischen 1985 und 1994 von fünf auf vier Titel reduziert. Drei dieser derzeit noch erscheinenden Titel konnten ihre Auflage im genann-

[18]) Siehe dazu Kapitel E.I.2.1 und E.I.2.4.

ten Zeitraum insgesamt deutlich steigern. Nach Öffnung der innerdeutschen Grenze versuchten die überregionalen Zeitungen, sich durch niedrigere Bezugspreise, durch redaktionell aufbereitete Sonder- oder Neuausgaben auf dem Gebiet der DDR Marktzutritt zu verschaffen. Dies ist jedoch trotz der prinzipiellen Aufgeschlossenheit der Leser in den neuen Bundesländern für überregionale Druckwerke nicht gelungen. Ursachen hierfür sind:

- die überregionalen Tageszeitungen wollen Leser mit hohem Informationsbedarf ansprechen,
- ihre Bezugspreise liegen deutlich über den Abonnement- und Einzelverkaufspreisen der lokalen/regionalen Zeitungen,
- die spezifischen Strukturen der von den überregionalen Tageszeitungen vorrangig genutzten Vertriebswege (Postzeitungsdienst und Einzelhandel via Presse-Grosso) erschwerten Zutritt und Präsenz der überregionalen Tageszeitungen auf dem Zeitungsmarkt Ost zumindest unmittelbar nach dem Umbruch in der ehemaligen DDR.

2.1.3 Sonntagszeitungen

Die Zahl der Sonntagszeitungen hat sich seit 1984 nicht verändert. Die Verkaufsauflagen der beiden überregionalen, redaktionell selbständigen Sonntagszeitungen mit tagesaktueller Berichterstattung aus demselben Verlagshaus („Bild am Sonntag" und „Welt am Sonntag", Hamburg) stiegen im Berichtszeitraum von gerundet 2,25 Mio. bzw. 322 000 auf 2,50 Mio. bzw. 396 000 Stück.[19]) Während die Verkaufsauflage der „Welt am Sonntag" kontinuierlich stieg, erzielte „Bild am Sonntag" die höchste Verkaufsauflagenzahl innerhalb des Berichtszeitraumes im Jahre 1991 (2,75 Mio.). In den Folgejahren ging die Zahl der verkauften Exemplare wieder zurück. „Sonntag aktuell" (Stuttgart) konnte seine Verkaufsauflage zwischen 1985 und 1994 von über 848 000 auf ca. 878 000 Stück ausdehnen.[20]) Konkurrenz erhalten die Sonntagszeitungen durch die zunehmende Zahl von siebenmal wöchentlich erscheinenden Tageszeitungen auf regionaler/lokaler Ebene.

2.1.4 Fremdsprachige Tageszeitungen

Für jede der beiden sprachlichen Minderheiten in Deutschland erscheint eine Tageszeitung, die in eigener Vollredaktion erstellt wird: in dänischer Sprache „Flensborg Avis" (Flensburg), in sorbischer Sprache „Serbske Nowiny" (Bautzen).

Auch die in Deutschland lebenden Ausländer werden durch Zeitungen in ihren Sprachen bedient. Hier ist die Spannweite des Angebotes groß: Es reicht von in einem anderen Land verlegten Zeitungen, die der Pressegroßhandel einführt und ausliefert, über Titel, deren wesentlicher Teil im Ausland redaktionell gestaltet und für den in Deutschland vertriebenen Auflagenanteil um entsprechende Seiten oder Beilagen ergänzt wird, bis zu Zeitungen, die ganz im Inland verlegt, redigiert und gedruckt werden.

Die Angebotsvielfalt drückt sich ebenso in der Anzahl der Sprachen aus, in denen Zeitungen (und Wochenblätter) für Ausländer in Deutschland erscheinen: Die türkische Sprache ist im Sortiment der Kioske, über die die Exemplare im Einzelverkauf überwiegend abgesetzt werden, am häufigsten anzutreffen, doch gibt es neben Titeln in den europäischen Sprachen auch ein Blatt in Koreanisch.

Unter den in Deutschland verlegten Zeitungen steht „Hürriyet" (Frankfurt/Main) mit einer verkauften Auflage von 97 400 Stück (I. Quartal 1994) an der Spitze. „Hürriyet" erscheint in Ausgaben für Europa und die Beneluxländer, in Deutschland zusätzlich für Bayern und die Räume Hamburg, Köln und Berlin. Auch bei „Türkiye" (Neu-Isenburg) ist in der IVW-geprüften Gesamtauflage von 22 900 Stück (I. Quartal 1994) eine eigene Deutschlandausgabe enthalten. Beide Titel erscheinen siebenmal wöchentlich.

2.2 Umbruch in den neuen Bundesländern

Im Gegensatz zur Tagespresse des früheren Bundesgebietes war der Zeitungsmarkt in der ehemaligen DDR bzw. den neuen Ländern seit der politischen Wende im Jahre 1989 starken Veränderungen unterworfen.

2.2.1 Zeitungsangebot in der DDR

In der DDR erschienen insgesamt 38 Tageszeitungen. Die strukturellen Rahmenbedingungen dieses über die Jahre hinweg unveränderten Angebotes entstanden 1952 mit der Abschaffung der fünf Länder und der Aufteilung des DDR-Gebietes in 15 Bezirke. Für jeden Bezirk gab es fortan eine SED-Zeitung mit dem Privileg einer flächendeckenden, jedoch wenig ausdifferenzierten Lokalberichterstattung durch zahlreiche kreisbezogene Ausgaben. Die Zeitungen der sog. Blockparteien — insgesamt 14 Titel — besaßen gegenüber den großen SED-Blättern nur eine marginale Bedeutung. Jene kleinauflagigen Titel waren in ihrer Lokalberichterstattung im wesentlichen auf die Bezirkshauptstädte beschränkt. Bemerkenswert für das Presseangebot in der früheren DDR waren die sieben in Berlin-Ost erscheinenden „Zentralorgane" der Parteien und Massenorganisationen. Mit einer sehr hohen Auflage (auf sie entfiel mehr als ein Drittel der Gesamtauflage aller Tageszeitungen) prägten sie die Vorstellung einer besonders hohen Leserdichte in der DDR. Der Hintergrund der hohen Auflagenzahl ist darin zu sehen, daß die überregionalen Blätter infolge des durchschnittlich auf acht Seiten beschränkten Informationsangebotes der lokal berichtenden Blätter und äußerst niedriger Bezugspreise für die Leserschaft besondere Attraktivität besaßen.

Neben den SED-Bezirkszeitungen und den Titeln der Blockparteien und Massenorganisationen erschienen das „Deutsche Sportecho" (Berlin) und eine Zei-

[19]) Stand der Angaben für 1985 und 1994: jeweils I. Quartal.
[20]) Stand der Angaben für 1985 und 1994: jeweils I. Quartal.

tung der sorbischen Minderheit („Serbske Nowiny", Bautzen) sechsmal wöchentlich.

Das Angebot an Kaufzeitungen beschränkte sich im zentral gelenkten Mediensystem der DDR auf nur einen Titel, die „BZ am Abend" (Berlin).

2.2.2 Publizistischer Wandel unter neuen politischen und wirtschaftlichen Bedingungen

Zunächst war offen, wie sich diese eng an den politischen Vorgaben ausgerichtete Zeitungslandschaft mit planwirtschaftlich verordneten Auflagen unter eindeutiger Bevorzugung der SED-Titel, mit knappen Seitenumfängen, beschränktem Anzeigenteil und ausschließlichem Vertrieb durch die Deutsche Post der DDR unter den seit 1989/1990 freien marktwirtschaftlichen Bedingungen entwickeln würde.

Mit dem Wegfall jeglicher staatlichen Lenkung (zugleich auch jeder staatlichen Subvention) mußten sich die DDR-Presseorgane nicht nur dem Wettbewerb untereinander, sondern auch der Konkurrenz aus den alten Bundesländern stellen.

Vor allem kleinere und mittlere Zeitungsunternehmen aus der Bundesrepublik Deutschland versuchten, im Wege des „Grenzübergangs" durch Neugründung von Zeitungen insbesondere in direkt benachbarten Regionen publizistische Alternativen zur im öffentlichen Ansehen diskreditierten DDR-Presse zu liefern. Die Erfahrung aus der Nachkriegszeit, daß Neugründungen gegen bereits etablierte Blätter nur wenig Chancen auf Erfolg besitzen, hat man dabei weitgehend ignoriert. Insgesamt 54 Verlage aus den alten Bundesländern gründeten mit Schwerpunkt um die Jahresmitte 1990 über 70 lokale und regionale Zeitungen auf dem Boden der DDR; demgegenüber hatten gleichgerichtete publizistische Aktivitäten von Gruppierungen und Institutionen vor Ort nachrangige Bedeutung. Dennoch war die durch die politische Wende ausgelöste Aufbruchstimmung des Jahres 1990 auch im Medienbereich deutlich zu spüren: In Leipzig beispielsweise oder in den grenznahen Gebieten Thüringens konkurrierten zeitweilig sieben Lokalzeitungen miteinander. Auch eine Reihe von Straßenverkaufstiteln trug zur Pressevielfalt bei und konnte vorübergehend beachtliche Absatzerfolge erzielen.

In meist besserer Einschätzung der Marktsituation setzten die großen Verlage aus den alten Bundesländern auf eine andere Strategie: Sie gingen mit einem oder mehreren der bereits bestehenden DDR-Zeitungsverlage (bzw. der mehr oder minder verselbständigten Zeitungsbetriebe) „Kooperationen" ein und zwar i. d. R. möglichst mit der in dem relevanten Markt führenden Zeitung; diesen Partnern stellten sie insbesondere ihr verlegerisches und redaktionelles Know-how zur Verfügung.

Der mit dem politischen Umbruch einhergehende publizistische Wandel in der DDR bzw. den neuen Ländern wirkte sich auf unterschiedliche Art und Weise aus: Die Nachfrage nach den ehemaligen DDR-Zentralorganen brach nahezu völlig zusammen; die Mehrzahl dieser Titel mußte ihr Erscheinen einstellen. Nur drei Zeitungen dieser Kategorie haben — unter drastischen Auflageneinbußen — die politische und wirtschaftliche Umbruchphase überlebt, ihr Verbreitungsgebiet beschränkt sich aber nahezu ausschließlich auf Berlin-Ost und die neuen Bundesländer. Auch die Zeitungen der DDR-Blockparteien sind größtenteils vom Markt verschwunden. Ursachen dafür waren vor allem in der mangelnden lokalen Verwurzelung sowie in der unwirtschaftlich niedrigen, kaum wettbewerbstauglichen Auflage je-

Tabelle B 24:

Entwicklung der früheren DDR-Zeitungen 1989 bis 1993

	1989 (Okt.)		1993 (Nov.)		Veränderung der Auflage 1993 gegenüber 1989 in Prozentpunkten
	Zahl	Verkaufsauflage in Tsd.	Zahl	Verkaufsauflage in Tsd.[1]	
„Zentralorgane"/überregionale Zeitungen	7	3 342,9	3	175,8	–94,7
Bezirkszeitungen der SED	15	5 578,8	15	4 094,7	–26,6
Straßenverkaufszeitungen	1	204,8	1	160,3	–21,7
Regionalzeitungen der Blockparteien (außer SED) davon:					
○ mit Vollredaktion	13	509,1	1	55,9	–89,0
○ ohne Vollredaktion	1	3,7	3[2]	96,8[2]	+96,2
Zeitungen sprachlicher Minderheiten	1	2,4	1	1,5	–37,5
insgesamt	38	9 641,7	24	4 585,0	–52,4

[1]) Auflagenzahl: Stand: III. Quartal 1993.
[2]) Diese Titel übernehmen den Mantel von früheren SED-Bezirkszeitungen.
Quelle: Eigene Berechnungen.

Tabelle B 25:

Strukturdaten der Tagespresse 1989 bis 1993
Vergleich früheres Bundesgebiet — neue Länder

	1989*)		1991**)		1993***)	
	Anzahl	verkaufte Auflage in Tsd.	Anzahl	verkaufte Auflage in Tsd.	Anzahl	verkaufte Auflage in Tsd.
Verlage als Herausgeber	395	29 923,4	409	27 337,2	383	25 362,8
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	357	20 281,7	348	21 017,0	342	21 094,4
o in den neuen Ländern	38	9 641,7	61	6 320,2	41	4 268,4
Straßenverkaufszeitungen (Verlage)	9	5 807,9	13	6 885,0	11	6 161,9
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	8	5 603,1	8	6 102,0	8	5 774,4
o in den neuen Ländern	1	204,8	5	783,0	3	387,5
Abonnementzeitungen (Verlage)	386	24 118,3	396	20 455,1	372	19 200,9
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	349	14 681,4	340	14 917,9	339	14 832,3
o in den neuen Ländern	37	9 463,9	56	5 537,2	33	4 368,6
davon:						
o in überwiegend überregionaler Verbreitung	14	4 034,5	12	1 089,0	7	828,8
– früheres Bundesgebiet	7	691,3	6	705,6	4	660,2
– neue Länder	7	3 342,9	6	383,4	3	168,6
o in überwiegend lokaler/regionaler Verbreitung	371	20 083,8	384	19 366,1	365	18 372,1
– früheres Bundesgebiet	342	13 989,8	334	14 212,3	335	14 172,1
– neue Länder	29	6 094,0	50	5 153,8	30	4 200,0
Publizistische Einheiten	156	29 926,2	158	27 340,1	137	25 365,5
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	119	20 284,5	118	21 185,8	114	20 612,6
o in den neuen Ländern	37	9 641,7	40	6 154,3	23	4 752,9
Straßenverkaufszeitungen (Publizistische Einheiten)	7	5 807,9	11	6 885,0	8	6 161,9
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	6	5 603,1	6	6 102,0	6	5 774,4
o in den neuen Ländern	1	204,8[1])	5	783,0	2	387,5
Ausgaben (Verlage)	1 635	29 927,2	1 673	27 339,9	1 600	25 362,8
davon:						
o im früheren Bundesgebiet	1 344	20 285,5	1 354	21 019,9	1 348	21 094,4
o in den neuen Ländern	291	9 641,7	319	6 320,0	252	4 268,4

*) Früheres Bundesgebiet: Stand: April 1989; Auflagen: II. Quartal 1989; Gebiet der ehemaligen DDR: Stand: November 1989; Auflagen: Oktober 1989.

**) Früheres Bundesgebiet und neue Länder (einschl. Berlin-Ost): Stand: September 1991; Auflagen: II. Quartal 1991.

***) Früheres Bundesgebiet und neue Länder (einschl. Berlin-Ost): Stand: August 1993; Auflagen: III. Quartal 1993.

[1]) Auflagenangabe ist offiziellen Unterlagen des ehemaligen Presse- und Informationsdienstes der Regierung der DDR entnommen.

Quelle: Schütz, Deutsche Tagespresse 1989; ders., Deutsche Tagespresse 1991; ders., Zur Entwicklung des deutschen Zeitungsmarktes in den neuen Ländern 1989–1992; eigene Berechnungen.

ner Titel zu sehen. Die hieraus entstehenden Wettbewerbsnachteile ließen sich auch unter Einsatz beträchtlicher Mittel selbst der kapitalstarken Großverlage aus den alten Bundesländern nicht überwinden. Einen Überblick über die Entwicklung der Auflagenzahlen der früheren DDR-Organe in den Jahren 1989 ff. liefert Tabelle B 24.

Nur noch ein einziger Titel aus der Gruppe der Blockparteizeitungen verfügt über eine eigene Vollredaktion. Die drei übrigen Titel, die gegenwärtig noch erscheinen, konnten ihr Fortbestehen nur als lokale Ausgaben im Verbund größerer Zeitungen sichern.

2.2.3 Privatisierung der Zeitungsverlage

Das Vorgehen der Großverlage, mit den ehemaligen SED-Bezirkszeitungen in Kooperation zu treten, war erfolgreich. Zwar mußten auch die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen beträchtliche Auflagenverluste hinnehmen. Aufgrund ihrer starken lokalen Verankerung, der daraus resultierenden engen Leser-Blatt-Bindung und der hohen Auflage für jeweils große, nur partiell von Wettbewerb geprägte Verbreitungsgebiete und einem regelmäßig auch örtlich starkem Auflagenvorsprung waren die zudem technisch-infrastrukturell vergleichsweise gut ausgerüsteten SED-Zeitungen jedoch in einer vorteilhaften Wettbewerbsposition. Die Kooperationspartner aus den alten Bundesländern bemühten sich dementsprechend um eine definitive Verlagsübernahme. Die für die Privatisierung der DDR-Betriebe zuständige Treuhandanstalt verkaufte bis zum 15. Mai 1991 alle 15 ehemaligen SED-Zeitungen ausschließlich an größere Presseverlage aus den alten Bundesländern, wobei (mit einer Ausnahme) den bereits bestehenden Kooperationsbeziehungen im Rahmen des wettbewerbsrechtlich Vertretbaren Rechnung getragen wurde.[21])

Die ausschließlich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten ausgerichtete Verkaufspolitik der Treuhandanstalt hatte tiefgreifende, aber nicht zu vermeidende Konsequenzen für die Entwicklung der Presselandschaft in den neuen Ländern: Die von der SED geschaffene Struktur des jeweils von einem weit überlegenen Großanbieter eindeutig beherrschten Zeitungsmarktes blieb im Kern erhalten und bot eine wirtschaftlich solide Grundlage für die Behauptung der starken Marktposition der einstigen Bezirksblätter. Zum ersten Mal engagierten sich auch reine Zeitschriftenverlage im Tageszeitungsgeschäft. Die Häufung derart überlegener Positionen findet im früheren Bundesgebiet keine Parallele. Heute, nach mehrjährigem Wettbewerb unter marktwirtschaftlichen Bedingungen, ist der Marktanteil der großen Bezirkszeitungen (in den neuen Ländern) mit zusammen über 91 % noch etwas höher als vor dem politischen Umbruch. 11 von 14 sind in einer unangefochtenen Alleinanbieterposition, wiederum 11 gehören zu den 25 auflagenstärksten Zeitungen Deutschlands.

[21]) Vgl. dazu Kapitel D.V.I.1.1.

Diejenigen Neugründungen, die dem hohen Wettbewerbsdruck der großen Blätter standhalten konnten, behaupten gegenwärtig zusammen noch einen Marktanteil von 5 %. Dazu gehören sieben „echte" Neugründungen und acht Zeitungen des früheren Bundesgebietes, die im Zuge der Herstellung der deutschen Einheit ihr Verbreitungsgebiet in die neuen Länder ausdehnen konnten. Tabelle B 25 zeigt die wesentlichen Strukturdaten der Tagespresse in den alten und neuen Bundesländern im Vergleich.

2.3 Wirtschaftliche Entwicklung

Die erstmals für die neuen Bundesländer aus der amtlichen Pressestatistik vorliegenden Wirtschaftsdaten beziehen sich auf das Jahr 1991 (siehe dazu Tabelle B 26 und 27). Sie geben nur einen Zwischenzustand wieder, der für das Erhebungsjahr dadurch charakterisiert ist, daß Neugründungen und kleinere ehemalige DDR-Zeitungen als Anbieter wegfielen und im Gegenzug dazu die großauflagigen Zeitungen ihre Marktposition ausbauen konnten.

Zur Darstellung der wirtschaftlichen Situation der Zeitungen in den alten Bundesländern wird für die Jahre 1984 bis 1991 auf die Zahlen des Statistischen Bundesamtes und für die Jahre 1992 bis 1993 auf Erhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) zurückgegriffen.

Insgesamt ist für den deutschen Zeitungsmarkt in den Jahren 1984 bis 1992 eine positive wirtschaftliche Entwicklung zu verzeichnen. Mit Ausnahme des Jahres 1986 wuchsen die Umsätze von Jahr zu Jahr an: Betrug der Umsatz aus Anzeigen und Vertrieb 1984 noch 10,04 Mrd. DM, so stieg er in der Folgezeit bis 1990 auf 12,83 Mrd. DM. 1991 erwirtschafteten die deutschen Zeitungen insgesamt einen Umsatz von 14,77 Mrd. DM (davon 13,6 Mrd. DM in den alten und 1,17 Mrd. DM in den neuen Bundesländern). 1991 gegenüber 1984 erzielten die Zeitungen des früheren Bundesgebietes ein Umsatzplus von rd. 36 % und gegenüber dem Vorjahr 1990 einen Zuwachs von etwa 6 %. Der BDZV, der in seinen Untersuchungen andere statistische Kriterien als das Statistische Bundesamt verwendet, nennt für das Jahr 1991 — bezogen auf das gesamte Bundesgebiet — einen Umsatz (Anzeigen-, Beilagen- und Vertriebsumsätze von Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen sowie Supplements) von 15,43 Mrd. DM, für das Folgejahr 16,58 Mrd. DM. Getrennt nach alten und neuen Bundesländern ergibt sich für das frühere Bundesgebiet im Jahr 1992 ein Umsatz von insgesamt 14,6 Mrd. DM (+4,6 % gegenüber 1991). Für die Zeitungsverlage in den neuen Ländern wurde für 1992 ein Umsatz in Höhe von rd. 2 Mrd. DM (+34 % gegenüber dem Vorjahr) errechnet.[22]) Eine Übersicht über die Entwick-

[22]) Alexander von Kuk: Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: BDZV (Hrsg.): Zeitungen '93. Bonn 1993, S. 56—84, hier S. 56f.

Tabelle B 26:

Zeitungsdaten 1991: Verlegte Zeitungen, Seitenzahl des Jahrgangs, Auflage, Preise, Zeitungsumsatz und Satzspiegelformat — neue Bundesländer und Berlin-Ost[1]) —

Gegenstand der Nachweisung	Einheit	Zeitungen insgesamt zusammen	mit lokaler Berichterstattung	ohne lokale Berichterstattung	Abonnementzeitungen	Straßenverkaufszeitungen
verlegte Zeitungen am 31. 12.						
o insgesamt	Anzahl	247	240	7	243	4
– Hauptausgaben	Anzahl	38	31	7	34	4
– Nebenausgaben	Anzahl	209	209	—	209	—
Seitenzahl des Jahrgangs[2])						
o insgesamt	Tsd.	266	238	28	250	16
– Textseiten	Tsd.	190	164	26	178	12
– Anzeigenseiten	Tsd.	76	74	2	72	4
zusätzlich gefertigte Seiten für Nebenausgaben usw.						
o Textseiten	Tsd.	129	129	—	129	—
o Anzeigenseiten	Tsd.	132	132	—	132	—
verkaufte Auflage[3]) der Gesamtauflage im 4. Vierteljahr	Tsd.	4 719	4 554	166	4 512	207
o Abonnement	Tsd.	4 432	4 335	96	4 418	14
Vertrieb der Abonnementexemplare durch						
– eigenes Vertriebssystem	Tsd.	3 348	3 287	61	3 348	—
– Postabonnement	Tsd.	443	407	36	429	14
– übrige Zustellformen	Tsd.	641	641	—	641	—
o Einzelverkauf	Tsd.	288	218	69	95	193
Vertrieb der Einzelverkaufsexemplare durch	Tsd.					
– Großhandel	Tsd.	249	207	41	84	165
– Einzelhandel	Tsd.	14	10	4	10	4
– Direktverkauf	Tsd.	25	1	24	1	24
Verkaufspreise[2]) am 31. 12.						
o Monatsabonnement	DM	11,06	11,06	11,09	11,11	9,56
o Einzelpreis einer						
– Wochentagsausgabe	DM	0,50	0,50	0,53	0,50	0,47
– Wochenendausgabe	DM	0,52	0,52	0,53	0,53	0,47
Anzeigengrundpreis[4]) am 31. 12.	DM	6,14	7,06	2,05	6,53	2,79
Zeitungsumsatz (Gesamtausgabe)						
o insgesamt	Tsd. DM	1 166 442	1 148 871	17 571	1 126 492	39 950
– aus Vertrieb	Tsd. DM	445 805	435 765	10 041	425 109	20 696
– aus Anzeigen	Tsd. DM	720 637	713 106	7 531	701 382	19 254
Satzspiegelformat						
o Nordisches Format	Anzahl	4	3	1	1	3
o Rheinisches Format	Anzahl	27	22	5	26	1
o Berliner Format	Anzahl	7	6	1	7	—

[1]) Zuordnung nach dem Sitz des verlegenden Unternehmens.
[2]) Für die Hauptausgabe.
[3]) Durchschnittliche Auflage je Erscheinenstag.
[4]) Für die 45 mm breite Millimeterzeile der Wochentagausgabe (Hauptausgabe).
Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik 1991.

Tabelle B 27:

Unternehmensdaten 1991: Unternehmen, Beschäftigte, verlegte Zeitungen und Zeitschriften, Umsatz und Kosten — neue Bundesländer und Berlin-Ost[1]) —

Gegenstand der Nachweisung	Einheit	Unternehmen des Verlagsgewerbes					
		Zeitungsverlage	Zeitschriftenverlage	sonstige Verlage	Verlage insgesamt		
					zusammen	mit eigener Druckerei	ohne eigene Druckerei
Unternehmen am 31. 12.	Anzahl	32	49	10	91	13	78
Beschäftigte am 31. 12.							
insgesamt	Anzahl	27117	2105	387	29609	14207	15402
– darunter Teilzeitbeschäftigte	Anzahl	14746	861	33	15640	5683	9957
o Redaktionsangehörige							
– Redakteure	Anzahl	2567	307	63	2937	1235	1702
– Volontäre und sonstige Redaktionsangehörige	Anzahl	1145	181	29	1355	674	681
o technisches Personal	Anzahl	2562	90	57	2709	2265	444
o Zusteller	Anzahl	13980	748	—	14728	5066	9662
o sonstige Arbeitnehmer	Anzahl	6862	767	238	7867	4967	2900
außerdem freie Mitarbeiter	Anzahl	4012	214	13	4239	145	4094
verlegte Zeitungen (Hauptausgaben) am 31. 12.	Anzahl	37	—	1	38	11	27
verlegte Zeitschriften am 31. 12.	Anzahl	7	157	29	193	10	183
Umsatz							
insgesamt	Tsd. DM	1417737	323099	32120	1772956	941129	831827
o aus Vertrieb von							
– eigenen Zeitungen und Zeitschriften	Tsd. DM	445917	126213	4275	576405	299938	276467
– sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen	Tsd. DM	597	9949	18583	29129	1431	27698
o aus Anzeigen in							
– eigenen Zeitungen und Zeitschriften	Tsd. DM	723274	167896	1097	892267	494056	398212
– sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen	Tsd. DM	4757	282	3049	8088	7205	883
o aus Druckerei	Tsd. DM	123653	—	801	124454	124454	—
o sonstiger Umsatz	Tsd. DM	119540	18758	4315	142613	14045	128568
ausgewählte Kosten (für)							
o Personalkosten insgesamt	Tsd. DM	528434	58062	14491	600987	366840	234146
o Löhne und Gehälter	Tsd. DM	411814	48023	11642	471480	288595	182884
o Vergütungen für Zusteller	Tsd. DM	31418	2195	—	33613	14545	19067
o Sozialkosten	Tsd. DM	85202	7844	2848	95894	63700	32194
– gesetzlich	Tsd. DM	67339	7024	2150	76512	48168	28345
– sonstige	Tsd. DM	17863	820	699	19382	15532	3850
o Zustellung[2])							
– Postzeitungsgebühren	Tsd. DM	31748	12426	91	44264	27349	16915
– übrige Fremdleistungen	Tsd. DM	86885	12309	198	99392	62363	37029
o Honorare für freie Mitarbeiter	Tsd. DM	28280	23868	939	53087	14377	38710
o Presse- und Nachrichtendienste	Tsd. DM	22055	976	31	23063	13553	9509
o bezogene redaktionelle Teile	Tsd. DM	5710	750	17	6477	603	5874
o Vertriebswerbung	Tsd. DM	27596	17912	163	45670	10192	35478
o Post- und Fernmeldedienste[3])	Tsd. DM	12930	4626	479	18035	6953	11081
o Verbrauch von Druckpapier							
– insgesamt	Tsd. DM	181011	13120	3796	197927	154455	43472
– darunter für eigene Zeitungen und Zeitschriften	Tsd. DM	147461	12920	937	161317	120796	40521
o Fremdleistungen der technischen Herstellung von Zeitungen und Zeitschriften	Tsd. DM	129347	144626	6509	280482	10397	270086

[1]) Zuordnung nach dem Sitz des Unternehmens.
[2]) Nur Fremdleistungen, ohne Vergütungen für Zusteller.
[3]) Ohne Postzeitungsgebühren.
Quelle: Pressestatistik 1991.

lung des Umsatzes in den Jahren 1984 bis 1991 geben die Tabellen B 28 und 29.

Tabelle B 28:

Umsatz der verlegten Zeitungen 1984 bis 1991

Jahr	verlegte Zeitungen		
	insgesamt	Vertrieb	Anzeigen
1984	10 037 046	3 546 733	6 490 313
1985	10 386 877	3 736 180	6 650 696
1986	10 872 809	3 921 456	6 951 353
1987	11 144 898	4 070 297	7 074 601
1988	11 578 568	4 196 666	7 381 902
1989	12 239 568	4 344 604	7 894 964
1990	12 827 564	4 604 794	8 222 770
1991*)	14 768 679	5 349 739	9 418 940

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.

Wie in den Vorjahren konnte die Tagespresse auch im Berichtszeitraum ihre Spitzenposition unter den Werbeträgern behaupten. Gleichwohl ist der Anteil am gesamten Werbeaufkommen gesunken: Betrug der Marktanteil der Tageszeitungen an den Nettowerbeeinnahmen aller Medien 1984 noch 38 %, so sank er in den Folgejahren bis 1993 auf 31 % ab.[23]) Andere Werbeträger erzielten im Vergleich dazu höhere Wertzuwächse.

Nach wie vor machen die Anzeigenerlöse zwei Drittel des Gesamtumsatzes aus (siehe dazu Tabelle B 30). Die Erlöse aus Anzeigen stiegen von gerundet 6,4 Mrd. DM im Jahre 1984 auf 8,02 Mrd. DM im Jahre 1990. Nach amtlichen Angaben betrug der Anzeigenumsatz der deutschen Zeitungsverlage 1991 9,2 Mrd. DM. Für das Jahr 1992 ergeben die (auf anderen Kriterien als denen der amtlichen Pressestatistik beruhenden) Berechnungen des BDZV einen Anzeigenumsatz der Zeitungen von 9,47 Mrd. DM mit einem Zuwachs von 5,34 % gegenüber dem Vorjahr.[24]) Dabei ist der Anstieg in den neuen Ländern ungleich größer als in den alten (alte Länder +5,4 %, neue Länder +39,4 %).

Wenngleich die Zeitungsverlage seit etwa zwei Jahren Rückgänge im Anzeigengeschäft verbuchen, so ist es zulässig, anhand der Ergebnisse der Kostenstrukturstatistik 1990 auch für die Folgejahre von einem insgesamt positiven Betriebsergebnis auszugehen: Nach der Kostenstrukturstatistik betrug das Betriebsergebnis der Zeitungsverlage 1990 5,8 % der Gesamtleistung[25]). Es ist damit fast dreimal so hoch wie das Betriebsergebnis des Produzierenden Gewerbes, das im selben Jahr nur 2,1 % der Gesamtleistung ausmachte.

Weitere Einzeldaten zur wirtschaftlichen Situation der Presse gehen aus den Tabellen B 31 bis 35 hervor.

[23]) Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) (Hrsg.): Werbung in Deutschland 1991. Bonn 1991, S. 19. Ebenso: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) (Hrsg.): Werbung in Deutschland 1994. Bonn 1994, S. 15.

[24]) Von Kuk, Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen, S. 56, 70.

[25]) Gesamtleistungen sind die Umsätze plus/minus Bestandsveränderungen.

Tabelle B 29:

Umsätze der Zeitungsverlage 1984 bis 1991 — in Mio. DM —

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
Unternehmensanzahl	307	304	305	299	297	295	293	321
aus eigenen Zeitungen								
○ Vertrieb	3 483	3 636	3 796	3 970	4 056	4 217	4 469	5 229
○ Anzeigen	6 386	6 529	6 796	6 927	7 178	7 694	8 022	9 226
aus eigenen Zeitschriften								
○ Vertrieb	384	381	432	462	473	538	601	565
○ Anzeigen	509	520	564	647	667	682	704	722
aus sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen								
○ Vertrieb	127	120	50	31	41	39	148	84
○ Anzeigen	28	27	54	69	41	41	88	60
aus Druckerei	1 323	1 422	1 466	1 439	1 399	1 492	1 591	1 755
aus Sonstigem	459	480	561	582	569	728	909	1 006
insgesamt	12 699	13 115	13 719	14 127	14 424	15 431	16 532	18 646

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 30:

Prozentualer Anteil am Umsatz aus Vertrieb und Anzeigen der Abonnementtageszeitungen 1984 bis 1991 — nach Auflagengrößenklassen —

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ... Stück	Jahr	Vertrieb	Anzeigen
1. unter 5 000	1984	36,5	63,5
	1985	39,2	60,8
	1986	39,1	60,9
	1987	40,1	59,9
	1988	40,1	59,9
	1989	36,3	63,7
	1990	37,2	62,8
	1991*)	37,1	62,9
2. 5 000 bis 10 000	1984	37,7	62,3
	1985	38,6	61,4
	1986	38,9	61,1
	1987	39,3	60,7
	1988	41,0	59,0
	1989	40,5	59,5
	1990	38,9	61,1
	1991*)	38,4	61,6
3. 10 000 bis 50 000	1984	34,5	65,5
	1985	35,5	64,5
	1986	35,5	64,5
	1987	36,2	63,8
	1988	36,4	63,6
	1989	36,3	63,7
	1990	36,7	63,3
	1991*)	37,2	62,8
4. 50 000 bis 125 000	1984	34,1	65,9
	1985	35,4	64,6
	1986	35,5	64,5
	1987	35,9	64,1
	1988	34,2	65,8
	1989	35,2	64,8
	1990	35,7	64,3
	1991*)	35,5	64,5
5. 125 000 bis 250 000	1984	32,9	67,1
	1985	34,0	66,0
	1986	34,2	65,8
	1987	34,5	65,5
	1988	34,8	65,2
	1989	33,9	66,1
	1990	34,2	65,8
	1991*)	34,6	65,4
6. 250 000 und mehr	1984	26,9	73,1
	1985	26,4	73,6
	1986	26,2	73,8
	1987	26,9	73,1
	1988	27,6	72,4
	1989	25,9	74,1
	1990	25,8	74,2
	1991*)	27,9	72,1
insgesamt	1984	32,6	67,4
	1985	33,4	66,6
	1986	33,4	66,6
	1987	33,9	66,1
	1988	34,0	66,0
	1989	33,3	66,7
	1990	33,5	66,5
	1991*)	33,8	66,2

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 31:

Ausgewählte Kostenarten, Gesamtkosten und Betriebsergebnisse von Zeitungsverlagen 1984 bis 1990
— in % der Gesamtleistung —

Gesamtleistung von ... bis unter ... DM	Personalkosten				Honorare und Vergütungen insgesamt				darunter für bezogene redaktionelle Teile			
	1984	1986	1988	1990	1984	1986	1988	1990	1984	1986	1988	1990
1. unter 500 000	.	.	—	.	.	.	—	.	.	.	—	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	47,6	.	.	.	8,7	.	.	.	5,5	.	.	.
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	39,4	52,2	42,2	39,1	5,5	5,4	7,3	9,0	3,9	4,5	4,7	4,8
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	39,2	40,1	39,2	43,5	4,9	5,7	5,4	4,8	2,7	3,1	2,3	2,5
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	43,3	37,2	33,9	36,6	4,9	7,1	5,6	5,3	2,4	4,3	3,3	3,2
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	38,2	39,6	38,8	40,9	3,9	4,0	4,6	5,0	2,1	2,2	2,8	3,1
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	34,3	35,3	34,6	34,1	3,4	3,5	3,6	4,3	1,3	1,6	2,0	2,4
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	41,7	43,8	44,3	44,9	3,0	2,9	2,8	2,7	0,4	0,2	0,3	0,4
9. 100 Mio. und mehr	36,6	37,0	40,0	35,4	2,7	2,6	2,7	2,8	0,0	0,1	0,1	0,1

Gesamtleistung von ... bis unter ... DM	Kosten der Fremdleistungen für Zustellung				Materialverbrauch				Fremdleistungen der technischen Herstellung von Zeitungen			
	1984	1986	1988	1990	1984	1986	1988	1990	1984	1986	1988	1990
1. unter 500 000	.	.	—	.	.	.	—	.	.	.	—	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	5,4	.	.	.	16,6	.	.	.	11,2	.	.	.
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	4,1	4,5	6,0	5,0	14,5	15,8	15,9	19,1	3,1	7,7	16,2	18,2
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	4,6	4,1	3,3	3,6	9,7	11,6	9,1	10,6	13,5	14,4	23,4	18,2
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	3,1	4,4	3,5	3,7	12,1	13,0	10,3	9,4	7,3	12,1	14,7	16,7
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	2,6	3,8	2,9	5,2	16,3	16,5	15,2	12,9	8,2	8,1	8,8	9,2
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	3,9	4,0	4,7	4,9	13,9	13,6	13,5	12,2	12,4	11,5	12,6	14,1
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	5,1	4,6	4,9	2,8	14,5	16,2	15,6	15,8	7,4	5,3	4,0	9,0
9. 100 Mio. und mehr	6,9	6,8	6,8	6,5	14,6	15,9	15,2	18,3	9,6	8,8	8,1	7,6

Gesamtleistung von ... bis unter ... DM	Kosten insgesamt				Betriebsergebnis			
	1984	1986	1988	1990	1984	1986	1988	1990
1. unter 500 000	.	.	—	.	.	.	—	.
2. 500 000 bis 1 Mio.	110,9	.	.	.	–10,9	.	.	.
3. 1 Mio. bis 2 Mio.	86,5	98,8	101,2	104,2	13,5	1,2	–1,2	–4,2
4. 2 Mio. bis 5 Mio.	89,2	92,6	94,9	97,1	10,8	7,4	5,1	2,9
5. 5 Mio. bis 10 Mio.	90,1	92,4	85,9	91,1	9,9	7,6	14,1	8,9
6. 10 Mio. bis 25 Mio.	88,8	91,9	89,6	93,0	11,2	8,1	10,4	7,0
7. 25 Mio. bis 50 Mio.	84,1	86,9	84,1	89,3	15,9	13,1	15,9	10,7
8. 50 Mio. bis 100 Mio.	90,3	91,4	89,5	92,6	9,7	8,6	10,5	7,4
9. 100 Mio. und mehr	91,6	90,9	91,3	94,9	8,4	9,1	8,7	5,1

Für 1991 sind keine Daten verfügbar, da die Erhebungen zur Kostenstruktur nur alle zwei Jahre durchgeführt werden.
Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik/Kostenstruktur.

Tabelle B 32:

Durchschnittliche Seitenumfänge und Bezugspreise von Abonnementtageszeitungen 1984 bis 1991 — nach Auflagengrößenklassen —

Verkaufsauflage von ... bis unter ... Stück	Seitenzahl der Hauptausgabe pro Stück in Tsd.							
	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
1. unter 2 500	4,87	5,08	4,62	4,42	6,44	6,50	5,92	5,67
2. 2 500 bis 5 000	7,96	7,42	7,58	8,35	7,79	8,26	8,12	8,64
3. 5 000 bis 10 000	6,91	7,02	7,03	7,22	7,28	7,66	7,95	8,03
4. 10 000 bis 25 000	8,01	7,94	8,07	8,23	8,49	8,53	8,79	8,54
5. 25 000 bis 50 000	9,28	9,20	9,36	9,51	9,83	10,16	10,33	10,18
6. 50 000 bis 75 000	10,44	10,50	10,60	10,52	10,89	10,80	11,13	10,89
7. 75 000 bis 125 000	10,32	10,13	10,61	10,86	11,17	11,20	11,38	11,50
8. 125 000 bis 250 000	10,60	10,55	10,47	10,47	10,78	11,23	11,69	10,59
9. 250 000 und mehr	13,86	14,29	14,57	14,57	15,50	15,57	16,14	15,08
insgesamt	8,50	8,49	8,60	8,77	9,03	9,30	9,48	9,44
Verkaufsauflage von ... bis unter ... Stück	**Abonnementpreis im Dezember in DM**							
	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
1. unter 2 500	15,61	15,86	17,26	18,18	19,94	18,89	19,71	19,00
2. 2 500 bis 5 000	17,42	18,31	18,59	19,72	19,33	20,31	20,41	21,90
3. 5 000 bis 10 000	17,37	18,17	19,01	19,61	20,53	21,55	22,54	23,28
4. 10 000 bis 25 000	18,41	19,32	20,05	20,80	21,63	22,79	23,65	23,40
5. 25 000 bis 50 000	18,73	19,75	20,25	21,33	22,42	23,12	24,32	24,58
6. 50 000 bis 75 000	18,24	19,32	20,17	21,25	21,58	23,24	24,27	23,54
7. 75 000 bis 125 000	20,66	21,55	22,56	22,54	22,82	23,72	24,66	25,38
8. 125 000 bis 250 000	19,18	20,05	20,86	22,31	23,07	24,14	25,08	23,49
9. 250 000 und mehr	18,54	19,65	20,44	21,33	22,73	23,25	24,47	17,67
insgesamt	19,03	19,99	20,79	21,76	22,56	23,53	24,55	22,42

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 33:

Anzahl der Beschäftigten in Zeitungsverlagen 1984 bis 1991

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
Unternehmensanzahl	307	304	305	299	297	295	293	321
insgesamt	132 027	134 308	133 513	134 185	141 322	146 772	146 692	176 846
(darunter Teilzeitbeschäftigte)	(69 130)	(70 584)	(70 271)	(71 897)	(80 234)	(84 452)	(82 554)	(100 232)
tätige Inhaber	174	153	140	141	135	123	120	119
Redaktionsangehörige								
○ Redakteure	9 693	9 915	10 261	10 549	10 628	10 923	11 590	14 524
○ Volontäre	1 163	1 258	1 286	1 314	1 279	1 370	1 436	1 697
○ sonstige	3 262	3 275	3 384	4 396	4 822	3 622	4 417	5 331
technisches Personal	25 338	25 560	24 942	24 469	23 087	22 885	23 379	26 133
Zusteller	59 391	61 674	60 894	62 342	70 563	74 930	72 343	88 939
sonstige	33 006	32 473	32 606	30 974	30 808	32 919	33 407	40 103
außerdem freie Mitarbeiter	21 533	22 970	22 377	21 756	23 142	23 781	24 019	28 290

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 34:

Umsätze und ausgewählte Kosten von Abonnementtageszeitungsverlagen mit eigener Druckerei

I. Umsätze 1984

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5 + 8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3 + 4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6 + 7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	12	16 924,1	5 090,3	7 742,1	12 832,3	5,9	138,9	144,9	12 977,1
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	35	121 052,2	32 486,1	53 740,2	86 226,3	406,3	4 169,7	4 576,0	90 802,3
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	40	278 841,7	71 160,9	118 474,8	189 635,7	514,0	10 703,2	11 217,2	200 852,9
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	59	1 016 643,0	236 770,2	443 124,6	679 894,8	2 456,1	34 277,7	36 733,9	716 628,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	25	901 309,8	208 035,5	393 956,5	601 992,1	4 542,3	15 694,8	20 237,2	622 229,2
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	27	1 888 256,2	467 770,5	856 519,2	1 324 289,6	1 673,2	24 598,8	26 271,9	1 350 561,5
7. 100 Mio. und mehr	12	2 206 702,3	541 743,3	1 119 299,8	1 661 043,1	6 117,0	35 903,7	42 020,7	1 703 063,7
insgesamt	210	6 429 729,4	1 563 056,7	2 992 857,1	4 555 913,8	15 714,8	125 486,9	141 201,7	4 697 115,4

I. Umsätze 1985

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5 + 8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3 + 4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6 + 7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	11	15 102,3	4 725,2	7 128,1	11 853,2	6,4	147,3	153,7	12 006,9
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	32	109 007,6	28 482,7	45 196,0	73 678,8	397,2	6 964,5	7 361,7	81 040,5
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	41	285 685,3	76 074,7	122 320,5	198 395,2	515,7	8 794,7	9 310,3	207 705,5
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	56	982 937,4	226 607,0	407 566,4	634 173,3	2 773,5	34 595,8	37 369,3	671 542,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	28	1 000 393,8	234 508,6	414 592,9	649 101,5	5 800,5	21 014,0	26 814,5	675 916,0
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	28	1 983 170,6	532 036,3	907 653,4	1 439 689,7	1 473,4	76 775,8	78 249,2	1 517 938,9
7. 100 Mio. und mehr	13	2 417 483,8	580 451,4	1 167 811,0	1 748 262,4	6 439,1	30 244,9	36 684,1	1 784 946,4
insgesamt	209	6 793 780,8	1 682 885,9	3 072 268,2	4 755 154,0	17 405,8	178 537,1	195 942,8	4 951 096,9

I. Umsätze 1986

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5 + 8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3 + 4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6 + 7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	12	17 157,1	5 304,5	7 870,1	13 174,6	6,0	163,2	169,1	13 343,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	28	100 066,9	26 313,9	41 810,2	68 124,2	358,0	5 175,8	5 533,9	73 658,0
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	259 946,3	70 714,5	109 262,6	179 977,1	34,6	8 122,7	8 157,3	188 134,4
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	885 172,9	214 544,3	378 652,3	593 196,6	2 703,6	33 943,1	36 646,7	629 843,3
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	30	1 040 131,3	227 570,6	403 524,8	631 095,4	5 935,2	25 016,2	30 951,4	662 046,8
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	29	2 112 604,8	545 111,5	965 404,1	1 510 515,6	2 587,9	74 749,4	77 337,3	1 587 852,9
7. 100 Mio. und mehr	13	2 540 062,1	646 169,0	1 261 886,0	1 908 055,0	5 518,1	32 392,8	37 910,9	1 945 965,9
insgesamt	200	6 955 141,4	1 735 728,3	3 168 410,1	4 904 138,4	17 143,3	179 563,3	196 706,6	5 100 845,0

Fortsetzung Tabelle B 34:

I. Umsätze 1987

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	11	15955,4	5068,8	7207,2	12276,2	20,9	180,7	201,5	12477,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	24	88401,6	23255,8	36356,6	59612,4	259,3	3389,3	3648,6	63261,0
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	265365,5	72176,2	112801,0	184977,2	129,8	9248,6	9378,4	194355,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	921656,4	219968,0	382576,2	602544,2	2254,5	31124,1	33378,5	635922,7
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	26	918555,6	206797,9	355141,1	561938,9	5932,6	27112,0	33044,7	594983,6
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	1839622,9	468238,6	852798,2	1321036,8	2534,5	31822,7	34357,2	1355394,0
7. 100 Mio. und mehr	18	3070715,2	791005,0	1512566,8	2303571,8	5286,3	60831,0	66117,3	2369689,1
insgesamt	193	7120272,7	1786510,4	3259447,2	5045957,6	16417,9	163708,4	180126,2	5226083,8

I. Umsätze 1988

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	8	11913,1	4241,0	4907,5	9148,6	21,3	261,0	282,3	9430,9
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	23	85868,3	24336,8	36623,9	60960,7	305,4	3310,0	3615,4	64576,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	244518,2	61678,5	101997,5	163676,1	125,6	9984,8	10110,5	173786,5
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	47	803822,2	208017,8	355969,0	563986,8	5169,5	29903,7	35073,2	599060,0
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	31	1067334,9	238631,3	416748,3	655379,6	4939,5	35546,8	40486,3	695865,9
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	24	1701659,7	412596,1	741149,7	1153745,9	3018,2	30887,5	33905,7	1187651,5
7. 100 Mio. und mehr	21	3663184,0	932940,2	1771677,0	2704617,1	11932,9	70665,0	82598,0	2787215,1
insgesamt	188	7578300,4	1882441,7	3429072,9	5311514,7	25512,4	180558,9	206071,3	5517586,0

I. Umsätze 1989

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	8	12203,5	4360,4	4911,8	9272,3	20,3	299,6	320,0	9592,2
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	20	72624,2	18874,1	31291,9	50166,0	350,7	776,0	1126,7	51292,7
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	35	246347,2	64301,4	105595,6	169896,9	138,1	13707,1	13845,1	183742,0
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	45	765663,2	193799,6	331528,2	525327,8	938,5	26901,3	27839,9	553167,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	32	1069396,2	250685,9	450177,9	700863,8	3159,8	34557,5	37717,3	738581,1
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	1840372,3	454638,7	823389,6	1278028,3	5092,4	38407,6	43500,0	1321528,3
7. 100 Mio. und mehr	22	3952317,2	965961,7	1909840,3	2875802,0	8430,9	69559,5	77990,4	2953792,4
insgesamt	188	7958923,7	1952621,9	3656735,2	5609357,1	18130,8	184208,7	202339,4	5811696,4

I. Umsätze 1990

Umsatzgrößenklasse von … bis unter … DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	6	9002,7	2499,7	3837,2	6336,9	39,6	304,6	344,2	6681,1
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	21	75699,8	20544,2	30341,2	50885,4	407,5	1684,5	2091,9	52977,4
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	33	238960,8	63630,2	96399,9	160030,0	131,2	15250,6	15381,8	175411,8
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	42	710563,8	189540,6	299508,4	489049,0	809,6	27084,5	27894,1	516943,1
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	33	1086419,0	249840,9	436478,2	686319,1	3595,8	33586,4	37182,2	723501,3
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	25	1689227,0	412314,8	716005,4	1128320,2	5188,8	37005,3	42194,1	1170514,3
7. 100 Mio. und mehr	24	4304008,5	1019372,7	2056548,9	3075921,6	10838,8	71922,8	82761,6	3158683,2
insgesamt	184	8113881,6	1957743,0	3639119,1	5596862,2	21011,3	186838,7	207850,0	5804712,2

I. Umsätze 1991*)

Umsatzgrößenklasse von … bis unter … DM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus						Spalte 5+8 Zeitungen und Zeitschriften
			Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen	Spalte 3+4 Zeitungen insgesamt	Zeitschriftenvertrieb	Zeitschriftenanzeigen	Spalte 6+7 Zeitschriften insgesamt	
	Anzahl	in Tsd. DM							
1. unter 2 Mio.	7	10689,0	3101,5	4716,6	7818,1	34,7	309,9	344,6	8162,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	16	57107,5	16770,0	24795,3	41565,3	409,7	1412,8	1822,5	43387,8
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	244419,7	64719,0	93385,2	158104,2	98,1	11591,8	11689,9	169794,1
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	39	678397,4	173305,3	283156,5	456461,8	739,7	29085,1	29824,8	486286,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	36	1258394,6	313014,7	543481,7	856496,4	2903,7	38140,1	41043,8	897540,2
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	1835594,5	476918,4	806487,3	1283405,7	5104,2	35701,7	40806,0	1324211,6
7. 100 Mio. und mehr	30	5278460,0	1271271,4	2530302,4	3801573,8	14671,1	75146,2	89817,3	3891391,1
insgesamt	188	9363062,8	2319100,3	4286324,9	6605425,2	23961,3	191387,6	215348,9	6820774,1

II. Ausgewählte Kosten 1984

Umsatzgrößenklasse von … bis unter … DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	12	61,5	0,5	845,2	6,5	256,2	2,0	181,0	1,4	201,4	1,6
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	35	721,7	0,8	4241,1	4,7	1097,8	1,2	1090,3	1,2	1661,5	1,8
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	40	2085,8	1,0	5823,4	2,9	3091,1	1,5	2666,0	1,3	3330,9	1,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	59	4089,7	0,6	12898,3	1,8	6248,1	0,9	8674,4	1,2	10832,2	1,5
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	25	4964,1	0,8	7110,3	1,1	8183,6	1,3	8438,9	1,4	11525,8	1,9
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	27	12825,0	0,9	4708,9	0,3	17550,1	1,3	15283,5	1,1	26199,6	1,9
7. 100 Mio. und mehr	12	14759,7	0,9	212,8	0,0	13532,5	0,8	18536,8	1,1	33014,1	1,9
insgesamt	210	39507,4	0,8	35840,0	0,8	49959,4	1,1	54870,8	1,2	86765,5	1,8

Fortsetzung Tabelle B 34:

II. Ausgewählte Kosten 1985

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	11	19,5	0,2	864,2	7,2	255,1	2,1	158,4	1,3	214,4	1,8
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	32	708,2	0,9	4 057,2	5,0	1 110,6	1,4	1 068,5	1,3	1 634,1	2,0
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	41	2 254,6	1,1	6 049,1	2,9	3 024,5	1,5	2 720,0	1,3	3 955,3	1,9
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	56	3 818,1	0,6	13 062,5	1,9	5 396,3	0,8	8 278,8	1,2	10 433,4	1,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	28	5 442,9	0,8	7 531,9	1,1	10 037,3	1,5	8 760,2	1,3	13 286,0	2,0
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	28	13 112,8	0,9	10 328,1	0,7	16 899,2	1,1	16 635,6	1,1	29 498,3	1,9
7. 100 Mio. und mehr	13	16 531,3	0,9	226,9	0,0	13 876,9	0,8	20 977,3	1,2	37 211,2	2,1
insgesamt	209	41 887,3	0,8	42 119,9	0,9	50 599,9	1,0	58 598,8	1,2	96 232,7	1,9

II. Ausgewählte Kosten 1986

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	12	20,0	0,1	1 044,7	7,8	267,3	2,0	186,8	1,4	223,4	1,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	28	784,4	1,1	3 606,8	4,9	1 157,4	1,6	857,2	1,2	1 570,2	2,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	1 919,6	1,0	5 725,9	3,0	3 057,6	1,6	2 126,9	1,1	3 222,8	1,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	3 952,7	0,6	11 543,0	1,8	5 078,4	0,8	7 821,2	1,2	9 712,4	1,5
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	30	5 102,1	0,8	8 688,5	1,3	9 703,4	1,5	9 270,9	1,4	12 165,0	1,8
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	29	14 485,5	0,9	8 064,7	0,5	16 388,6	1,0	18 363,8	1,2	33 464,9	2,1
7. 100 Mio. und mehr	13	18 406,6	0,9	2 673,3	0,1	15 442,1	0,8	21 932,2	1,1	39 135,8	2,0
insgesamt	200	44 670,9	0,9	41 346,8	0,8	51 094,7	1,0	60 558,9	1,2	99 494,5	2,0

II. Ausgewählte Kosten 1987

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	11	24,7	0,2	887,4	7,1	283,2	2,3	157,5	1,3	206,4	1,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	24	931,3	1,5	2 665,6	4,2	1 155,6	1,8	878,4	1,4	1 268,2	2,0
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	2 202,8	1,1	5 506,5	2,8	3 179,1	1,6	2 216,9	1,1	3 262,4	1,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	3 967,8	0,6	10 714,3	1,7	5 234,9	0,8	7 582,0	1,2	9 975,4	1,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	26	5 160,7	0,9	8 647,8	1,5	7 455,5	1,3	8 422,4	1,4	10 210,4	1,7
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	11 854,7	0,9	4 876,6	0,4	13 846,6	1,0	15 771,4	1,2	28 230,8	2,1
7. 100 Mio. und mehr	18	20 821,2	0,9	8 203,7	0,3	18 422,5	0,8	27 412,7	1,2	47 948,7	2,0
insgesamt	193	44 963,3	0,9	41 501,8	0,8	49 577,5	0,9	62 441,2	1,2	101 102,4	1,9

Fortsetzung Tabelle B 34:

II. Ausgewählte Kosten 1988

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	8	17,6	0,2	908,3	9,6	140,7	1,5	99,3	1,1	109,5	1,2
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	23	736,8	1,1	2555,2	4,0	885,3	1,4	935,7	1,4	1471,1	2,3
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	1546,3	0,9	4872,1	2,8	2983,6	1,7	2008,6	1,2	2935,3	1,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	47	3372,8	0,6	11408,6	1,9	5645,0	0,9	6482,7	1,1	8903,0	1,5
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	31	5622,5	0,8	9900,9	1,4	7610,8	1,1	8641,9	1,2	12704,7	1,8
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	24	10959,9	0,9	4680,2	0,4	11566,7	1,0	14688,3	1,2	25819,7	2,2
7. 100 Mio. und mehr	21	26406,5	0,9	8684,6	0,3	23139,0	0,8	33105,0	1,2	66856,9	2,4
insgesamt	188	48662,4	0,9	43010,0	0,8	51971,0	0,9	65961,6	1,2	118800,3	2,2

II. Ausgewählte Kosten 1989

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	8	18,0	0,2	904,4	9,4	120,3	1,3	101,2	1,1	118,5	1,2
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	20	680,2	1,3	2289,8	4,5	826,8	1,6	743,4	1,4	1072,3	2,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	35	1668,1	0,9	4928,7	2,7	3390,3	1,8	1948,8	1,1	3438,6	1,9
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	45	3034,2	0,5	11072,5	2,0	4553,7	0,8	7378,1	1,3	8547,8	1,5
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	32	6326,6	0,9	10957,4	1,5	8120,2	1,1	9843,3	1,3	12014,9	1,6
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	10516,8	0,8	7220,9	0,5	12473,3	0,9	15679,9	1,2	28817,1	2,2
7. 100 Mio. und mehr	22	27038,1	0,9	9053,6	0,3	27959,4	0,9	35773,9	1,2	69371,4	2,3
insgesamt	188	49282,0	0,8	46427,3	0,8	57444,1	1,0	71468,6	1,2	123380,5	2,1

II. Ausgewählte Kosten 1990

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	6	143,2	2,1	288,0	4,3	89,3	1,3	88,3	1,3	121,3	1,8
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	21	641,9	1,2	2620,8	4,9	942,0	1,8	833,7	1,6	1103,7	2,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	33	1416,8	0,8	4082,4	2,3	2594,0	1,5	1846,9	1,1	3303,2	1,9
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	42	2644,7	0,5	11707,5	2,3	6080,5	1,2	7459,6	1,4	8073,0	1,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	33	5579,5	0,8	10975,4	1,5	8690,2	1,2	9506,8	1,3	13546,5	1,9
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	25	9024,6	0,8	8125,7	0,7	12594,2	1,1	13941,2	1,2	20637,9	1,8
7. 100 Mio. und mehr	24	29150,2	0,9	12355,4	0,4	30310,7	1,0	40420,8	1,3	74449,2	2,4
insgesamt	184	48601,0	0,8	50155,2	0,9	61300,9	1,1	74097,4	1,3	121234,8	2,1

Fortsetzung Tabelle B 34:

II. Ausgewählte Kosten 1991*)

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	10		11		12		13		14	
	Unternehmen am 31. 12.	Nachrichtenagenturen, Pressedienste		bezogene redaktionelle Teile		Postzeitungsdienstgebühren		sonstige Post- und Fernmeldedienste		Honorare für freie Mitarbeiter	
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%	Tsd. DM	%
1. unter 2 Mio.	7	51,1	0,6	469,6	5,8	100,0	1,2	107,5	1,3	166,6	2,0
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	16	427,1	1,0	1980,0	4,6	357,8	0,8	553,6	1,3	1084,0	2,5
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	1470,1	0,9	5276,2	3,1	3117,1	1,8	1922,1	1,1	3311,7	2,0
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	39	2701,2	0,6	9984,7	2,1	5792,0	1,2	6393,1	1,3	7628,1	1,6
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	36	7321,1	0,8	10519,8	1,2	10694,4	1,2	12136,3	1,4	16498,2	1,8
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	12633,9	1,0	8046,9	0,6	11850,8	0,9	16039,6	1,2	24377,6	1,8
7. 100 Mio. und mehr	30	39984,3	1,0	12756,5	0,3	53703,4	1,4	45358,2	1,2	86987,8	2,2
insgesamt	188	64588,8	0,9	49033,7	0,7	85615,4	1,3	82510,6	1,2	140054,2	2,1

noch: II. Ausgewählte Kosten 1984

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	12	941,5	7,3	7084,5	5727,3	266,2	1091,1
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	35	5164,8	6,0	51710,6	42000,5	2732,0	6978,0
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	40	13970,3	7,4	129046,5	103533,2	7454,7	18058,6
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	59	46058,8	6,8	412333,9	321637,8	31398,1	59298,1
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	25	44810,0	7,4	375807,2	291785,2	26680,6	57341,3
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	27	111748,1	8,4	772755,9	595973,1	51636,2	125146,6
7. 100 Mio. und mehr	12	120591,9	7,3	948061,3	735075,7	58068,8	154916,8
insgesamt	210	343285,5	7,5	2696799,8	2095732,7	178236,5	422830,5

noch: II. Ausgewählte Kosten 1985

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	11	913,8	7,7	6683,6	5408,8	242,4	1032,5
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	32	6769,5	9,2	52338,4	42045,5	3042,2	7250,8
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	41	15493,3	7,8	130704,6	104568,4	7769,7	18366,5
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	56	44841,3	7,1	400271,5	312082,1	28953,4	59236,0
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	28	51246,7	7,9	415214,7	323035,4	30957,6	61221,7
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	28	122011,7	8,5	831168,7	637420,1	60680,9	133067,8
7. 100 Mio. und mehr	13	134109,3	7,7	1036700,3	807260,3	59718,7	169721,3
insgesamt	209	375385,7	7,9	2873081,9	2231820,5	191364,9	449896,5

Fortsetzung Tabelle B 34:

noch: II. Ausgewählte Kosten 1986

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	12	1 030,9	7,8	7 064,7	5 732,2	260,0	1 072,4
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	28	6 844,0	10,0	49 457,7	39 429,8	3 187,6	6 840,3
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	12 453,1	6,9	115 567,2	91 363,7	7 378,2	16 825,3
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	43 058,2	7,3	377 434,8	290 862,9	30 525,7	56 046,3
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	30	52 558,0	8,3	425 374,4	330 700,8	29 810,4	64 863,2
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	29	132 140,1	8,7	906 528,8	697 803,7	59 069,1	149 656,0
7. 100 Mio. und mehr	13	140 816,6	7,4	1 074 841,6	838 298,3	62 346,5	174 196,8
insgesamt	200	388 900,8	7,9	2 956 269,3	2 294 191,4	192 577,6	469 500,3

noch: II. Ausgewählte Kosten 1987

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	11	1 101,7	9,0	6 897,2	5 571,0	267,1	1 059,1
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	24	6 725,1	11,3	43 383,8	34 459,4	2 811,3	6 113,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	37	12 754,3	6,9	115 650,3	91 264,5	8 066,0	16 319,8
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	51	44 903,3	7,5	394 700,3	304 372,1	32 509,9	57 818,3
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	26	48 399,4	8,6	397 976,4	307 514,0	27 674,4	62 788,0
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	121 552,2	9,2	822 572,9	627 903,3	61 390,1	133 279,5
7. 100 Mio. und mehr	18	188 486,7	8,2	1 304 282,7	1 021 749,7	63 091,3	219 441,7
insgesamt	193	423 922,7	8,4	3 085 463,7	2 392 834,0	195 810,2	496 819,4

noch: II. Ausgewählte Kosten 1988

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	8	824,2	9,0	5 099,2	4 075,5	273,0	750,7
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	23	7 737,1	12,7	41 605,5	32 556,9	3 164,8	5 883,8
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	11 924,9	7,3	106 188,3	84 102,3	7 072,7	15 013,3
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	47	46 654,0	8,3	351 630,4	269 784,0	31 893,0	49 953,4
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	31	52 367,4	8,0	437 407,8	338 205,7	32 789,6	66 412,5
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	24	111 849,7	9,7	743 639,8	574 200,6	56 722,2	112 717,0
7. 100 Mio. und mehr	21	229 467,6	8,5	1 574 614,4	1 239 884,6	80 592,6	254 137,1
insgesamt	188	460 824,8	8,7	3 260 185,5	2 542 809,7	212 507,9	504 867,8

Fortsetzung Tabelle B 34:

noch: II. Ausgewählte Kosten 1989

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	8	691,9	7,5	5 171,1	4 149,3	263,2	758,6
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	20	5 633,4	11,2	36 584,9	28 855,9	2 443,9	5 285,1
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	35	12 813,0	7,5	104 580,2	81 760,4	8 162,3	14 657,4
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	45	43 029,5	8,2	341 543,2	265 958,1	28 057,7	47 527,4
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	32	57 004,3	8,1	428 664,1	328 294,9	33 713,7	66 655,5
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	125 105,5	9,8	811 782,2	620 448,3	69 323,8	122 010,1
7. 100 Mio. und mehr	22	244 918,6	8,5	1 653 229,8	1 299 401,3	75 156,6	278 671,9
insgesamt	188	489 196,2	8,7	3 381 555,5	2 628 868,3	217 121,1	535 566,0

noch: II. Ausgewählte Kosten 1990

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	6	460,8	7,3	4 087,0	3 284,0	67,9	735,1
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	21	6 557,8	12,9	39 965,0	31 820,6	2 507,5	5 636,9
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	33	13 535,7	8,5	105 843,6	83 813,2	7 137,1	14 893,3
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	42	42 199,7	8,6	328 432,0	254 522,5	26 144,5	47 765,0
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	33	57 592,9	8,4	439 011,1	338 385,9	35 444,0	65 181,2
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	25	102 721,4	9,1	750 867,7	571 166,1	63 011,5	116 690,1
7. 100 Mio. und mehr	24	284 040,7	9,2	1 892 760,7	1 507 969,6	80 320,1	304 470,9
insgesamt	184	507 109,1	9,1	3 560 967,0	2 790 961,9	214 632,6	555 372,5

noch: II. Ausgewählte Kosten 1991*)

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	15		16	17	18	19
	Unternehmen am 31. 12.	Personalkosten im Redaktionsbereich Zeitung		Personalkosten			
				insgesamt	Löhne und Gehälter	Vergütungen für Zusteller	Sozialkosten
	Anzahl	Tsd. DM	%	Tsd. DM			
1. unter 2 Mio.	7	712,2	9,1	5 466,3	4 268,4	274,5	923,3
2. 2 Mio. bis 5 Mio.	16	4 943,4	11,9	27 197,1	21 309,8	2 113,1	3 774,3
3. 5 Mio. bis 10 Mio.	34	17 159,4	10,9	119 414,6	93 301,2	8 157,7	17 955,7
4. 10 Mio. bis 25 Mio.	39	42 231,7	9,3	325 766,5	255 113,6	23 931,5	46 721,4
5. 25 Mio. bis 50 Mio.	36	88 470,4	10,3	558 857,8	428 304,2	43 789,4	86 764,1
6. 50 Mio. bis 100 Mio.	26	147 977,4	11,5	845 394,5	645 723,9	66 799,3	132 871,4
7. 100 Mio. und mehr	30	350 547,2	9,2	2 283 244,9	1 808 673,1	98 708,2	375 863,6
insgesamt	188	652 041,7	9,9	4 165 341,6	3 256 694,1	243 773,7	664 873,8

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Sonderaufbereitung mit dem Statistischen Informationssystem des Bundes (STATIS-Bund).
Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 35:

Umsätze und ausgewählte Kosten 1984 bis 1991 von Abonnementtageszeitungsverlagen ohne eigene Druckerei

Jahr	Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	
		Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus		Spalte 3 + 4	Papier und Fremdleistungen der technischen Zeitungsherstellung	
				Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen			
		Anzahl	Tsd. DM					%
1984	1. unter 2 Mio.	3	4 802,7	2 236,3	2 197,1	4 433,4	1 411,0	31,8
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	15	54 280,2	15 735,9	35 040,6	50 776,5	16 343,3	32,2
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	14	93 101,4	35 886,0	50 892,6	86 778,6	28 543,6	32,9
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	13	187 183,7	55 029,3	117 823,0	172 852,2	73 613,5	42,6
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	14	460 155,6	134 439,3	290 582,7	425 022,0	162 320,7	38,2
	6. 50 Mio. und mehr	20	2 704 180,7	779 558,4	1 756 019,1	2 535 577,5	708 740,4	28,0
	insgesamt	79	3 503 704,3	1 022 885,2	2 252 555,1	3 275 440,3	990 972,5	30,3
1985	1. unter 5 Mio.	17	57 689,5	17 798,7	34 805,0	52 603,7	17 640,9	33,5
	2. 5 Mio. bis 10 Mio.	17	111 713,2	43 499,8	59 167,7	102 667,5	35 938,3	35,0
	3. 10 Mio. bis 25 Mio.	13	201 069,0	60 021,1	121 588,4	181 609,5	80 465,8	44,3
	4. 25 Mio. bis 50 Mio.	12	376 972,8	116 594,9	232 723,2	349 318,1	129 236,8	37,0
	5. 50 Mio. und mehr	21	2 849 068,4	827 310,8	1 846 769,5	2 674 080,4	782 853,9	29,3
	insgesamt	80	3 596 513,0	1 065 225,3	2 295 053,9	3 360 279,1	1 046 135,7	31,1
1986	1. unter 2 Mio.	5	8 116,0	3 620,9	4 070,5	7 691,4	3 520,2	45,8
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	15	53 914,4	17 335,4	33 703,1	51 038,5	16 127,8	31,6
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	23	158 319,1	57 224,9	83 415,0	140 639,9	49 534,7	35,2
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	12	187 376,6	57 020,0	116 682,6	173 702,5	70 517,7	40,6
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	13	419 990,7	30 930,1	260 086,6	391 016,7	144 405,6	36,9
	6. 50 Mio. und mehr	21	3 014 047,7	871 533,7	1 935 602,6	2 807 136,3	826 941,9	29,5
	insgesamt	89	3 841 764,5	1 137 664,9	2 433 560,4	3 571 225,3	1 111 047,9	31,1
1987	1. unter 2 Mio.	5	7 308,8	3 727,5	3 403,4	7 130,9	1 904,7	26,7
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	17	61 241,1	19 111,3	39 080,4	58 191,7	20 798,1	35,7
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	21	146 456,7	54 677,3	76 869,8	131 547,1	45 097,4	34,3
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	16	248 366,8	82 082,2	139 863,0	221 945,3	91 361,2	41,2
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	12	394 969,2	127 611,1	234 170,6	361 781,7	131 529,0	36,4
	6. 50 Mio. und mehr	21	3 113 052,3	914 831,7	1 946 009,5	2 860 841,2	856 953,0	30,0
	insgesamt	92	3 971 394,9	1 202 041,1	2 439 396,7	3 641 437,9	1 147 643,4	31,5

2.4 Kooperationen

Seit 1983 hat sich der Kooperationsgrad der mindestens fünfmal wöchentlich erscheinenden Abonnementzeitungen der alten Bundesländer erneut etwas erhöht: 1990 hatten von 308 Zeitungen (Hauptausgaben) 184 (59,7 %) die redaktionelle Herstellung des Zeitungsmantels und 179 (58,1 %) dessen Druck vollständig auf Fremdbetriebe übertragen (zu denen allerdings statistisch auch rechtlich selbständige Verlagsdruckereien zählen). 1975 betrugen die entsprechenden Anteile 58,1 % und 44,4 %, 1983: 58,6 % und 46,6 % sowie 1991 (einschl. der neuen Bundesländer) 55,6 % und 60,3 %. Von den 304 Zeitungen (Hauptausgaben), die auch einen Lokalteil enthielten, ließen 1990 nicht weniger als 143 oder 47 % das gesamte Blatt von Fremdbetrieben drucken (1991: von 332 schon 51,5 %); 36 (11,8 %) dieser Titel druckten nur den Lokalteil selbst (1991: 34 oder 10,2 %).

Die Zahl der Zeitungsverlage, die an Kooperationen beteiligt waren, welche über die redaktionelle Zusammenarbeit und die Zugehörigkeit zu Anzeigenringen hinausgingen, stieg zwischen 1983 und 1993 von 218 auf 223 — allerdings nunmehr unter Einschluß der Tagespresse in den neuen Bundesländern, auf die fünf entsprechend kooperierende Verlagsbetriebe entfielen.[26])

Der relative Anteil der so kooperierenden Einheiten an der Gesamtzahl aller Verlagsbetriebe, die Zeitungen herausgeben (1993: 384), stieg 1993 (384) gegenüber 1983 (385) um 0,6 Prozentpunkte auf 57,3 %.

Lt. Bundespressestatistik waren 1990 in den alten Bundesländern in den Auflagengrößenklassen bis 50 000 noch 220 von 254 Hauptausgaben der Tages-

[26]) Auszählung aus: Schütz, Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse (1993); zur Entwicklung in den Jahren 1978 bis 1983 vgl. Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 57.

Fortsetzung Tabelle B 35:

Jahr	Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1	2	3	4	5	6	
		Unternehmen am 31. 12.	Umsatz insgesamt	darunter aus		Spalte 3 + 4	Papier und Fremdleistungen der technischen Zeitungsherstellung	
				Zeitungsvertrieb	Zeitungsanzeigen			
		Anzahl	Tsd. DM					%
1988	1. unter 2 Mio.	7	9654,7	5219,6	3948,0	9167,6	2501,6	27,3
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	18	65544,4	21066,7	41156,5	62223,1	22759,4	36,6
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	24	179098,8	63895,9	91159,7	155055,6	51995,1	33,5
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	16	238461,0	78877,2	136981,8	215859,0	90543,0	41,9
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	13	438592,3	141484,5	258583,6	400068,1	140429,0	35,1
	6. 50 Mio. und mehr	22	3330843,7	981415,2	2075414,2	3056829,5	900580,1	29,5
	insgesamt	100	4262194,9	1291959,0	2607243,8	3899202,9	1208808,2	31,0
1989	1. unter 2 Mio.	5	7242,9	3446,5	3457,0	6903,5	1918,5	27,8
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	14	50669,1	17937,4	29485,3	47422,6	18358,6	38,7
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	27	201641,4	67556,4	108607,9	176164,3	59888,3	34,0
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	17	262519,7	87798,9	144629,7	232428,6	88195,9	37,9
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	13	465471,3	148394,3	277363,1	425757,5	144247,9	33,9
	6. 50 Mio. und mehr	22	3657930,8	1026037,2	2245505,9	3271543,0	952009,3	29,1
	insgesamt	98	4645475,3	1351170,7	2809048,8	4160219,5	1264618,5	30,4
1990	1. unter 2 Mio.	6	9219,5	4591,9	4202,3	8794,2	2265,8	25,8
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	13	45542,8	13888,5	27462,5	41351,0	15956,5	38,6
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	29	219155,9	71069,0	124299,5	195368,5	59819,7	30,6
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	16	236630,3	84874,6	132802,6	217677,2	82319,8	37,8
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	14	511306,6	161675,9	302977,4	464653,2	158752,7	34,2
	6. 50 Mio. und mehr	24	4167503,3	1182784,3	2525862,5	3708646,8	1072114,0	28,9
	insgesamt	102	5189358,4	1518884,2	3117606,8	4636491,0	1391228,6	30,0
1991*)	1. unter 2 Mio.	8	12636,8	4018,8	6436,8	10455,6	5375,4	51,4
	2. 2 Mio. bis 5 Mio.	17	54695,9	19349,3	32182,4	51531,8	20342,5	39,5
	3. 5 Mio. bis 10 Mio.	31	230232,7	71272,3	129896,8	201169,1	72717,8	36,1
	4. 10 Mio. bis 25 Mio.	25	353537,1	130150,5	196009,6	326160,1	128473,8	39,4
	5. 25 Mio. bis 50 Mio.	16	604366,3	185322,5	338162,5	523485,0	171790,3	32,8
	6. 50 Mio. und mehr	28	4608838,1	1332162,8	2774993,4	4107156,2	1192793,4	29,0
	insgesamt	125	5864306,9	1742276,1	3477681,7	5219957,8	1591493,3	30,5

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.
Sonderaufbereitung mit dem Statistischen Informationssytem des Bundes (STATIS-Bund).

presse, also 87 %, einer Anzeigengemeinschaft oder einem Anzeigenring angeschlossen (1983: 90,1 %). In den höheren Auflagengrößenklassen betrug dieser Anteil mit 55 von 89 Hauptausgaben zwar nur 62 %, hatte hier aber seit 1983 um vier Prozentpunkte zugenommen. Die entsprechenden Daten für das gesamte Bundesgebiet beliefen sich 1991 auf 226 von 269 Hauptausgaben mit Verkaufsauflagen bis 50000 (84 %) sowie auf 61 von 108 (56 %) Hauptausgaben in den höheren Auflagengrößenklassen.

3 Zeitschriften

3.1 Allgemeiner Überblick

3.1.1 Strukturelle und wirtschaftliche Entwicklung

Das Zeitschriftenangebot in der Bundesrepublik Deutschland setzt sich aus einer Vielzahl von in Inhalt und äußerer Struktur sehr unterschiedlichen periodischen Druckwerken zusammen. Über die tatsächliche Anzahl der Zeitschriften liegen — je nach Definition und Erhebungsmerkmalen — voneinander abweichende Angaben vor: Während „Die Deutsche Bibliothek" aufgrund des Pflichtexemplarrechts ohne Anspruch auf Vollständigkeit alle periodisch erscheinenden Druckwerke registriert und einen Bestand von rd. 66000 Zeitschriftentiteln meldet, erfaßt die Pressestatistik des Statistischen Bundesamtes ausschließlich die von Presseverlagen verlegten Zeitschriften. Zum Ende des Jahres 1991 ermittelte sie insgesamt 8740 Zeitschriftentitel mit einer Gesamtauflage von knapp 387 Mio. und einer Verkaufsauflage von insgesamt 160,7 Mio. Exemplaren.

Das statistische Bundesamt ordnet dem Segment der Zeitschriften alle periodischen Druckwerke mit kontinuierlicher Stoffdarbietung zu, die nicht seltener als viermal pro Jahr erscheinen, aber keine Zeitungen

sind. Bei Würdigung der einschlägigen Zahlenangaben aus der amtlichen und erstmals gesamtdeutschen Pressestatistik 1991 ist zu beachten, daß diese Erhebung zwar nahezu jeden gewerblich betriebenen und rechtlich selbstständigen Verlag gesondert faßt, viele Verlage in den neuen Bundesländern aber in rechtliche Einheiten mit Sitz im alten Bundesgebiet integriert worden sind. Insoweit können also bei räumlichen Untergliederungen des Zahlenmaterials systembedingte Wiedergabeverzerrungen des Ist-Zustandes vorkommen.

Für das Segment der Zeitschriften ist im Berichtszeitraum folgende Entwicklung zu beobachten: Nach einem Anstieg des Zeitschriftenangebotes zwischen 1986 und 1987 und einer sich anschließenden Konsolidierung des Marktes im letzten Drittel der achtziger Jahre wuchs die Zahl der Zeitschriften 1991 gegenüber 1990 nochmals deutlich (um 7,8 %) an (vgl. Tabelle B 36). Dieser Angebotszuwachs ist u. a. auf die Wiederherstellung der deutschen Einheit sowie auf in diese Zeit zu datierende Neugründungen von Zeitschriften zurückzuführen.

Die der Titelzahl nach größte Gruppe im Segment der Zeitschriften bildet die Fachpresse; auf sie entfielen 1991 42,6 % aller Titel. Die Publikumszeitschriften hatten einen Anteil von 19,3 % am Gesamtangebot, gefolgt von den amtlichen Blättern mit 14,6 % und den Anzeigenblättern mit 13,8 %. Die restlichen Sparten stellten 1991 zusammen einen Anteil von ca. 9,7 %. Tabelle B 36 gibt die Strukturdaten zur Entwicklung der wichtigsten Zeitschriftensparten in den Jahren 1984 bis 1991 wieder.

Tabelle B 37 untergliedert die Auflagenzahlen nach der Erscheinenshäufigkeit von Zeitschriften. Insgesamt hervorzuheben ist der weitaus stärkere Zuwachs der unentgeltlich abgegebenen Exemplare gegenüber der verkauften Auflage. Die prozentual größte Steigerung entfiel auf die sechs- bis achtmal jährlich erscheinenden Titel, unter denen die Fachzeitschriften stark vertreten sind.[27])

Die Entwicklung der Umsatzzahlen bei den Zeitschriften ist in den Tabellen B 38 und 39 dargestellt. Demnach stieg der Gesamtumsatz aller Zeitschriften in den Jahren 1984 bis 1991 ohne Unterbrechung an. Für die Zeitschriften insgesamt ergibt sich nach Tabelle B 38 für 1990 gegenüber 1984 ein Umsatzplus von 34,4 %. Für 1991, dem ersten Jahr, in dem die Pressestatistik alte und neue Bundesländer nachweist, ist gegenüber 1984 ein Zuwachs von 48,62 % festzustellen. Das Verhältnis der aus dem Vertrieb und aus dem Anzeigengeschäft erwirtschafteten Umsätze blieb zwischen 1984 und 1991 bei leichter Steigerung des Anzeigenanteils annähernd stabil (durchschnittlich 45,6 : 54,4). Dabei sind jedoch, wie Tabelle B 38 belegt, zwischen den einzelnen Sparten deutliche Unterschiede zu verzeichnen: Machte beispielsweise in den Jahren 1984 bis 1991 der Anzeigenumsatz durchschnittlich 10,25 % am Gesamtumsatz der konfessionellen Presse aus, so betrug er bei den wissenschaftlichen Fachzeitschriften 46,6 % und bei den Anzeigenblättern 98,25 % vom Gesamtumsatz.

[27]) Vgl. Kapitel B.II.3.2.5.

Einzeldaten zur Belegschaftsstruktur der Zeitschriftenverlage in den Jahren 1984 bis 1991 sind Tabelle B 40 zu entnehmen.

3.1.2 Strukturwandel auf dem Zeitschriftenmarkt Ost

Das über den Zeitschriftenmarkt Ost für die Zeit vor 1990 verfügbare Zahlenmaterial ist nicht nach Zeitschriftensparten, sondern nach Herausgebern, also nach Parteien und Massenorganisationen, gruppiert.[28]) Eine nachträgliche Zuordnung der DDR-Zeitschriften zu den in der Bundespressestatistik verwendeten Zeitschriftengattungen ergibt jedoch Aufschlüsse über das Verhältnis der Titelzahlen in Ost und West. Auch bei Berücksichtigung der unterschiedlichen Bevölkerungszahlen in der Bundesrepublik Deutschland und der DDR ist festzustellen, daß das Angebot in allen Gattungen in der DDR deutlich geringer war.

Mit den politischen Veränderungen in der DDR hat auch der dortige Zeitschriftenmarkt einen tiefgreifenden Wandel durchlaufen. Betrachtet man die in Tabelle B 41 gegenübergestellten Zahlen der in der DDR (1989) bzw. den neuen Bundesländern (1991) verlegten Zeitschriftentitel, so zeigt sich, daß 24 Monate nach der Wende die Titelzahl auf weniger als ein Viertel zurückgegangen ist.

Besonders stark ist der Rückgang bei den nichtwissenschaftlichen Fachzeitschriften; ihre Herausgeber waren zumeist Institutionen und Organisationen, die nach der Wende aufgelöst wurden. Unterdurchschnittlich ist die Abnahme bei den Publikumszeitschriften, was allerdings vor allem auf den — auch im Vergleich zum früheren Bundesgebiet (vgl. Tabelle B 36) — ohnehin sehr geringen Ausgangswert von 60 Titeln zurückzuführen ist. Für die Gattungen Funktionärsblätter und Politische Wochenblätter lassen sich aufgrund der Verschiedenartigkeit der Titel keine sinnvollen Vergleiche anstellen.

Aus dem in Tabelle B 41 dokumentierten Rückgang der Titelzahlen ist nicht zu schließen, daß alle 1991 nicht mehr erfaßten Titel tatsächlich eingestellt wurden. Die Bundespressestatistik zählt nämlich solche Titel nicht als ostdeutsche Zeitschriften, deren Verlagsort 1991 nicht mehr in den neuen Bundesländern lag, die also z. B. an einen westdeutschen Verlag verkauft wurden.

Nach Erhebungen des Forschungsprojekts „Entwicklungschancen und strukturelle Probleme der Zeitschriftenpresse in den neuen Bundesländern"[29])

[28]) Zur Zeitschriftenpresse in der DDR siehe auch Beate Schneider: Strukturen, Anpassungsprobleme und Entwicklungschancen der Presse auf dem Gebiet der neuen Bundesländer (einschl. des Gebiets des früheren Berlin-Ost). Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums des Innern. Band II. Hannover und Leipzig 1991/1992, S. 175 ff.

[29]) Siehe Universität Leipzig: Entwicklungschancen und strukturelle Probleme der Zeitschriftenpresse in den neuen Bundesländern. Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums des Innern. Unveröffentlichtes Manuskript. Leipzig 1994.

Tabelle B 36:

Zeitschriftenauflage pro Nummer im IV. Quartal und Titelzahl nach Zeitschriftenarten 1984 bis 1991

Zeitschriftenart	Jahr	Anzahl der Titel	Auflage	darunter im Ausland	Verkaufsauflage	unentgeltlich abgegebene Auflage
			in Tsd. Stück			
Politische Wochenblätter	1984	109	1746	116	1660	87
	1985	106	1771	120	1681	90
	1986	100	1670	117	1616	53
	1987	108	1776	110	1693	83
	1988	100	1890	171	1811	79
	1989	91	1799	113	1707	92
	1990	95	1942	152	1765	177
	1991*)	97	2049	100	1799	249
Konfessionelle Zeitschriften	1984	313	8888	479	8021	868
	1985	308	8832	608	7843	989
	1986	301	8530	621	7727	803
	1987	326	8609	621	7807	802
	1988	318	8038	441	7566	472
	1989	313	7721	319	7221	499
	1990	318	7500	382	6755	745
	1991*)	347	7579	255	6613	965
(unterhaltende) Publikumszeitschriften	1984	1364	104873	9769	97609	7264
	1985	1282	104477	9497	94514	9963
	1986	1208	107866	10140	97490	10376
	1987	1440	111884	10651	100139	11745
	1988	1465	112503	11201	99892	12611
	1989	1480	112435	10349	98373	14062
	1990	1526	119408	10170	103169	16238
	1991*)	1685	141989	10163	108701	33288
wissenschaftliche Fachzeitschriften	1984	1268	8283	590	5661	2622
	1985	1281	8281	615	5888	2393
	1986	1308	8478	645	5938	2540
	1987	1343	8604	687	6025	2579
	1988	1370	9020	782	6258	2762
	1989	1402	9055	781	6477	2578
	1990	1446	9640	873	6595	3044
	1991*)	1713	13414	931	8955	4459
andere Fachzeitschriften	1984	1615	40961	880	36266	4695
	1985	1673	42343	925	37300	5043
	1986	1690	45310	1008	39738	5572
	1987	1825	46391	1359	40305	6086
	1988	1845	48393	1389	41927	6466
	1989	1869	50770	1497	42554	8217
	1990	1954	57010	1680	48020	8990
	1991*)	2007	69875	1666	30785	39090
Kundenzeitschriften	1984	87	38876	178	1898	36977
	1985	87	39376	206	37	39339
	1986	90	40377	141	37	40340
	1987	101	46080	109	39	46041
	1988	103	45665	194	37	45628
	1989	112	48793	207	31	48762
	1990	112	51931	164	6	51925
	1991*)	124	67758	196	—	67758

Fortsetzung Tabelle B 36:

Zeitschriftenart	Jahr	Anzahl der Titel	Auflage	darunter im Ausland	Verkaufs-auflage	unentgeltlich abgegebene Auflage
			in Tsd. Stück			
Amtliche Blätter	1984	1 099	2 569	2	2 121	448
	1985	1 101	2 402	2	2 099	303
	1986	1 109	2 355	2	2 058	297
	1987	1 226	2 513	2	2 205	308
	1988	1 249	2 528	2	2 190	338
	1989	1 259	2 618	2	2 251	367
	1990	1 293	2 823	4	2 465	358
	1991*)	1 276	2 856	4	2 513	343
Anzeigenblätter	1984	732[1])	42 056	8	2	42 054
	1985	836[2])	48 015	8	2	48 012
	1986	882[3])	49 566	17	10	49 556
	1987	1 047[4])	55 889	87	0	55 889
	1988	1 049[5])	58 002	93	597	57 405
	1989	1 074[6])	59 116	81	778	58 338
	1990	1 101[7])	63 495	110	962	62 533
	1991*)	1 207[8])	67 972	265	1 187	66 784
kostenlos verteilte Kommunale Amtsblätter	1984	46	327	—	—	327
	1985	52	354	—	—	354
	1986	67	370	—	—	370
	1987	71	1 046	—	—	1 046
	1988	83	2 201	—	—	2 201
	1989	104	602	—	—	602
	1990	136	719	—	—	719
	1991*)	166	1 219	—	—	1 219
sonstige	1984	184	12 527	90	387	12 141
	1985	167	12 481	564	538	11 943
	1986	153	10 972	462	669	10 303
	1987	155	12 535	542	1 118	11 418
	1988	129	12 039	491	329	11 710
	1989	127	16 133	472	373	15 760
	1990	125	13 360	79	147	13 213
	1991*)	118	12 197	153	175	12 021
Zeitschriften insgesamt	1984	6 817	261 106	12 111	153 625	107 481
	1985	6 893	268 332	12 546	149 903	118 429
	1986	6 908	275 494	13 152	155 283	120 211
	1987	7 642	295 327	14 168	159 331	135 996
	1988	7 711	300 279	14 765	160 607	139 672
	1989	7 831	309 041	13 822	159 765	149 276
	1990	8 106	327 828	13 615	169 885	157 943
	1991*)	8 740	386 907	13 733	160 730	226 177
darunter Zeitschriften der Verbände usw.	1984	1 553	54 051	521	48 770	5 281
	1985	1 578	54 948	943	48 775	6 173
	1986	1 631	57 970	964	51 896	6 074
	1987	2 055	59 366	1 040	53 749	5 617
	1988	2 079	61 243	1 012	55 507	5 736
	1989	2 105	61 126	636	55 732	5 394
	1990	2 142	68 422	698	60 318	8 104
	1991*)	2 282	85 827	761	32 687	53 141

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Anzeigenblätter mit ... Ausgaben:
[1]) 1 203, [2]) 1395, [3]) 1435, [4]) 1 757, [5]) 1685, [6]) 1 871, [7]) 1 819, [8]) 1800.
Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 37:

Auflagenanteile der Zeitschriften nach ihrer Erscheinensweise 1984 bis 1991

Erscheinensweise	Jahr	Auflage		Verkaufsauflage		unentgeltlich abgegebene Auflage	
		in Mio. Exemplaren	in %	in Mio. Exemplaren	in %	in Mio. Exemplaren	in %
vierteljährlich	1984	25,51	9,8	6,69	4,4	18,82	17,5
	1985	25,07	9,3	6,71	4,5	18,36	15,5
	1986	28,41	10,3	10,52	6,8	17,89	14,9
	1987	27,91	9,5	10,51	6,6	17,41	12,8
	1988	27,27	9,1	10,32	6,4	16,96	12,1
	1989	29,17	9,4	10,62	6,6	18,55	12,4
	1990	34,83	10,6	14,00	8,2	20,84	13,2
	1991*)	52,82	13,7	15,39	9,6	37,42	16,5
6 bis 8 × jährlich	1984	33,16	12,7	25,67	16,7	7,49	7,0
	1985	36,44	13,6	26,50	17,7	9,94	8,4
	1986	34,07	12,4	26,35	17,0	7,72	6,4
	1987	38,34	13,0	26,98	16,9	11,36	8,4
	1988	41,82	13,9	29,09	18,1	12,73	9,1
	1989	44,77	14,5	29,48	18,5	15,29	10,2
	1990	46,72	14,3	30,43	17,9	16,29	10,3
	1991*)	60,65	15,7	17,12	10,7	43,53	19,2
monatlich	1984	84,03	32,2	57,00	37,1	27,03	25,1
	1985	84,33	31,4	56,08	37,4	28,26	23,9
	1986	89,32	32,4	59,60	38,4	29,72	24,7
	1987	96,64	32,7	62,49	39,2	34,15	25,1
	1988	97,12	32,3	62,24	38,8	34,88	25,0
	1989	100,41	32,5	60,95	38,1	39,46	26,4
	1990	104,05	31,7	64,86	38,2	39,20	24,8
	1991*)	114,47	29,6	57,56	35,8	56,92	25,2
14täglich/ halbmonatlich	1984	17,52	6,7	13,62	8,9	3,90	3,6
	1985	16,17	6,0	10,72	7,2	5,44	4,6
	1986	16,47	6,0	10,49	6,8	5,98	5,0
	1987	16,99	5,8	10,60	6,7	6,40	4,7
	1988	16,62	5,5	10,75	6,7	5,87	4,2
	1989	16,56	5,4	10,72	6,7	5,84	3,9
	1990	18,90	5,8	11,19	6,6	7,71	4,9
	1991*)	20,71	5,4	13,88	8,6	6,84	3,0
wöchentlich	1984	99,36	38,1	50,30	32,7	49,07	45,7
	1985	104,81	39,1	49,56	33,1	55,25	46,7
	1986	105,40	38,3	47,96	30,9	57,44	47,8
	1987	113,24	38,3	48,25	30,3	64,99	47,8
	1988	115,16	38,4	47,68	29,7	67,48	48,3
	1989	115,79	37,5	47,28	29,6	68,51	45,9
	1990	120,88	36,9	48,72	28,7	72,17	45,7
	1991*)	135,34	35,0	55,83	34,7	79,51	35,2
2 × wöchentlich und öfter	1984	1,53	0,6	0,35	0,2	1,18	1,1
	1985	1,52	0,6	0,35	0,2	1,17	1,0
	1986	1,82	0,7	0,36	0,2	1,46	1,2
	1987	2,21	0,7	0,51	0,3	1,70	1,3
	1988	2,28	0,8	0,53	0,3	1,75	1,3
	1989	2,35	0,8	0,71	0,4	1,64	1,1
	1990	2,44	0,7	0,70	0,4	1,75	1,1
	1991*)	2,92	0,8	0,96	0,6	1,96	0,9
insgesamt	1984	261,11	100,0	153,63	100,0	107,48	100,0
	1985	268,33	100,0	149,90	100,0	118,43	100,0
	1986	275,49	100,0	155,28	100,0	120,21	100,0
	1987	295,33	100,0	159,33	100,0	136,00	100,0
	1988	300,28	100,0	160,61	100,0	139,67	100,0
	1989	309,04	100,0	159,77	100,0	149,28	100,0
	1990	327,83	100,0	169,89	100,0	157,94	100,0
	1991*)	386,91	100,0	160,73	100,0	226,18	100,0

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Rundungsdifferenzen nicht bereinigt.
Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 38:

Zeitschriftenumsätze 1984 bis 1991 nach Zeitschriftenarten

Zeitschriftenart	Jahr	Titel-anzahl	Zeitschriftenumsatz insgesamt in Mio. DM	Vertriebsumsatz in Mio. DM	Vertriebsumsatz in %	Anzeigenumsatz in Mio. DM	Anzeigenumsatz in %
Politische Wochenblätter	1984	109	377,2	144,3	38	232,9	62
	1985	106	384,4	146,4	38	238,0	62
	1986	100	405,0	147,0	36	258,0	64
	1987	108	425,4	153,4	36	272,0	64
	1988	100	424,1	157,9	37	266,2	63
	1989	91	459,4	165,8	36	293,6	64
	1990	95	516,1	192,0	37	324,1	63
	1991*)	97	558,7	203,8	36	354,9	64
Konfessionelle Zeitschriften	1984	313	213,8	192,1	90	21,7	10
	1985	308	214,2	193,7	90	20,5	10
	1986	301	219,9	198,1	90	21,8	10
	1987	326	233,4	211,2	90	22,2	10
	1988	318	239,2	214,5	90	24,7	10
	1989	313	242,4	217,2	90	25,2	10
	1990	318	248,6	220,7	89	27,9	11
	1991*)	347	261,3	232,4	89	28,9	11
(unterhaltende) Publikumszeitschriften	1984	1 364	5 648,3	3 197,9	57	2 450,4	43
	1985	1 282	5 621,3	3 211,6	57	2 409,7	43
	1986	1 208	5 745,4	3 201,1	56	2 544,3	44
	1987	1 440	6 097,3	3 413,7	56	2 683,6	44
	1988	1 465	6 777,1	3 982,0	59	2 795,0	41
	1989	1 480	6 498,2	3 621,8	56	2 876,5	44
	1990	1 526	6 957,3	4 029,9	58	2 927,4	42
	1991*)	1 685	7 652,9	4 471,5	58	3 181,4	42
wissenschaftliche Fachzeitschriften	1984	1 268	776,8	401,9	52	374,9	48
	1985	1 281	827,1	423,1	51	404,0	49
	1986	1 308	843,4	460,9	55	382,5	45
	1987	1 343	885,9	481,0	54	404,9	46
	1988	1 370	939,9	508,1	54	431,8	46
	1989	1 402	970,0	537,5	55	432,5	45
	1990	1 446	1 014,9	565,7	56	449,2	44
	1991*)	1 713	1 499,7	756,9	50	742,8	50
andere Fachzeitschriften	1984	1 615	1 518,4	569,7	38	948,7	62
	1985	1 673	1 631,5	609,4	37	1 022,2	63
	1986	1 690	1 762,1	645,7	37	1 116,4	63
	1987	1 825	1 917,9	701,1	37	1 216,9	63
	1988	1 845	1 999,9	735,3	37	1 264,5	63
	1989	1 869	2 112,7	773,1	37	1 339,5	63
	1990	1 954	2 336,9	861,1	37	1 475,8	63
	1991*)	2 007	2 293,7	830,3	36	1 463,4	64
Kundenzeitschriften	1984	87	150,5	107,0	71	43,6	29
	1985	87	157,3	112,7	72	44,6	28
	1986	90	158,2	113,2	72	45,0	28
	1987	101	181,4	124,9	69	56,5	31
	1988	103	186,1	126,3	68	59,8	32
	1989	112	203,1	139,4	69	63,7	31
	1990	112	224,5	148,7	66	75,7	34
	1991*)	124	199,5	85,6	43	113,9	57

Fortsetzung Tabelle B 38:

Zeitschriftenart	Jahr	Titel-anzahl	Zeitschriftenumsatz				
			insgesamt	Vertriebsumsatz		Anzeigenumsatz	
			in Mio. DM	in Mio. DM	in %	in Mio. DM	in %
Amtliche Blätter	1984	1 099	120,6	41,3	34	79,3	66
	1985	1 101	122,1	41,8	34	80,3	66
	1986	1 109	118,5	40,9	35	77,7	66
	1987	1 226	130,9	45,1	34	85,8	66
	1988	1 249	137,0	45,8	33	91,3	67
	1989	1 259	141,8	46,6	33	95,3	67
	1990	1 293	153,7	49,3	32	104,4	68
	1991*)	1 276	162,3	60,1	37	102,2	63
Anzeigenblätter	1984	732[1])	1 025,4	0,3	0	1 025,0	100
	1985	836[2])	1 135,2	0,1	0	1 135,1	100
	1986	882[3])	1 236,4	1,0	0	1 235,4	100
	1987	1 047[4])	1 369,7	2,9	0	1 366,8	100
	1988	1 049[5])	1 562,3	39,7	3	1 522,5	97
	1989	1 074[6])	1 680,6	48,7	3	1 632,0	97
	1990	1 101[7])	1 774,6	64,8	4	1 709,8	96
	1991*)	1 207[8])	2 081,1	88,8	4	1 992,3	96
kostenlos verteilte Kommunale Amtsblätter	1984	46	8,5	0,0	0	8,5	100
	1985	52	10,2	0,0	0	10,2	100
	1986	67	12,9	0,0	0	12,9	100
	1987	71	14,2	0,1	1	14,0	99
	1988	83	17,5	0,1	1	17,4	99
	1989	104	21,2	0,1	0	21,2	100
	1990	136	23,7	—	0	23,7	100
	1991*)	166	28,4	0,0	0	28,4	100
sonstige	1984	184	187,5	24,5	13	163,1	87
	1985	167	190,7	29,5	15	161,2	85
	1986	153	201,4	33,4	17	168,0	83
	1987	155	244,4	48,8	20	195,6	80
	1988	129	211,7	22,7	11	189,0	89
	1989	127	235,3	25,8	11	209,5	89
	1990	125	227,2	25,2	11	202,0	89
	1991*)	118	161,4	4,6	3	156,9	97
Zeitschriften insgesamt	1984	6 817	10 027,2	4 679,0	47	5 348,2	53
	1985	6 893	10 294,1	4 768,3	46	5 525,8	54
	1986	6 908	10 703,2	4 841,3	45	5 861,9	55
	1987	7 642	11 500,4	5 182,1	45	6 318,3	55
	1988	7 711	12 494,7	5 832,5	47	6 662,2	53
	1989	7 831	12 564,7	5 575,8	44	6 988,9	56
	1990	8 106	13 477,6	6 157,5	46	7 320,1	54
	1991*)	8 740	14 899,1	6 734,2	45	8 164,9	55
darunter Zeitschriften der Verbände usw.	1984	1 553	1 071,2	432,1	40	639,1	60
	1985	1 578	1 123,6	459,9	41	663,7	59
	1986	1 631	1 207,3	491,5	41	715,8	59
	1987	2 055	1 317,6	540,7	41	776,9	59
	1988	2 079	1 381,8	559,5	40	822,3	60
	1989	2 105	1 415,7	567,8	40	847,9	60
	1990	2 142	1 497,5	609,5	41	888,0	59
	1991*)	2 282	1 584,9	609,3	38	975,7	62

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Anzeigenblätter mit . . . Ausgaben:
[1]) 1203, [2]) 1395, [3]) 1435, [4]) 1757, [5]) 1685, [6]) 1871, [7]) 1819, [8]) 1800.

Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 39:

Umsätze der Zeitschriftenverlage 1984 bis 1991 — in Mio. DM —

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
Unternehmensanzahl	1 445	1 497	1 545	1 777	1 770	1 786	1 850	1 980
aus eigenen Zeitschriften								
o Vertrieb	3 793	3 868	3 781	4 077	4 193	4 232	4 750	5 266
o Anzeigen	4 519	4 688	4 937	5 302	5 612	5 897	6 181	6 848
aus eigenen Zeitungen								
o Vertrieb	1	30	49	13	17	18	29	1
o Anzeigen	0	10	26	9	13	16	22	2
aus sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen								
o Vertrieb	566	592	586	638	732	764	863	875
o Anzeigen	84	104	116	127	150	195	213	174
aus Druckerei	684	694	838	833	958	952	774	857
aus Sonstigem	476	544	465	533	572	570	655	676
insgesamt	10 123	10 530	10 799	11 532	12 248	12 645	13 486	14 698

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.

Tabelle B 40:

Anzahl der Beschäftigten in Zeitschriftenverlagen 1984 bis 1991 — in Mio. DM —

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*)
Unternehmensanzahl	1 445	1 497	1 545	1 777	1 770	1 786	1 850	1 980
insgesamt	58 101	60 330	62 257	75 287	81 511	83 847	87 739	90 989
(darunter Teilzeitbeschäftigte)	(24 245)	(25 780)	(27 691)	(39 194)	(44 426)	(46 512)	(50 477)	(52 652)
tätige Inhaber	808	834	843	1 050	993	938	993	921
Redaktionsangehörige								
o Redakteure	4 768	5 053	5 160	5 317	5 640	5 871	6 148	6 834
o Volontäre	309	353	432	451	507	545	601	643
o sonstige	3 960	4 096	4 168	4 519	4 845	5 019	5 059	4 999
technisches Personal	8 161	8 277	8 552	8 525	8 683	8 631	8 189	5 644
Zusteller	17 742	19 080	20 854	31 433	36 022	37 935	40 562	43 272
sonstige	22 353	22 637	22 248	23 992	24 821	24 908	26 187	28 676
außerdem freie Mitarbeiter	8 835	9 627	9 732	10 844	11 215	10 681	10 051	10 714

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.

Tabelle B 41:

Anzahl der Zeitschriftentitel in den neuen Bundesländern 1989 bis 1991

	1989	1991	Rückgang
Publikumszeitschriften	60	31	– 48,4 %
wissenschaftliche Zeitschriften	229	66	– 71,2 %
andere Fachzeitschriften	209	24	– 88,5 %
Konfessionelle Zeitschriften	34	9	– 73,5 %
Funktionärszeitschriften	41	—	—
sonstige	2	—	—
Politische Wochenblätter	—	5	—
insgesamt	575	135	– 76,5 %

Quelle: 1989: Universität Leipzig: Entwicklungschancen und strukturelle Probleme der Zeitschriftenpresse in den neuen Bundesländern. Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums des Innern. Unveröffentlichtes Manuskript. Leipzig 1994; 1991: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik 1991.

liegt die Quote der Einstellungen bis Herbst 1993 bei rd. 50 %. Zusätzlich sind etwa 10 % der Zeitschriften der ehemaligen DDR in anderen Zeitschriften aufgegangen. Ca. 30 % der ehemaligen DDR-Zeitschriften existieren noch und etwa 10 % werden unter einem anderen Titel fortgeführt.

Der Zeitschriftenmarkt der neuen Bundesländer ist allerdings noch immer stark in Bewegung, so daß sich diese Zahlen aller Voraussicht nach infolge Einstellung und/oder Fusion mit anderen Titeln weiter verschieben werden.

3.2. Entwicklungen in ausgewählten Zeitschriftengattungen

3.2.1 Anzeigenblätter

Zur Gruppe der Anzeigenblätter gehören nach der Definition der Pressestatistik unentgeltlich und unaufgefordert zugestellte, periodisch erscheinende Druckwerke sowie die sog. Offerten- oder Kaufanzeigenblätter. Im Gegensatz zu den unentgeltlich verteilten Blättern werden Offertenblätter verkauft; teilweise kann der Inserent seine Annonce hier kostenfrei veröffentlichen. Insgesamt ist in der Gruppe der Anzeigenblätter in den Jahren 1984 bis 1991 eine kontinuierlich positive wirtschaftliche Entwicklung zu verzeichnen.

Nach der Bundespressestatistik wurden 1991 in der Bundesrepublik Deutschland 1207 Anzeigenblätter, darunter 23 Offertenblätter, mit insgesamt 1800 örtlich unterschiedenen Ausgaben herausgegeben. Der Umsatz der Anzeigenblätter betrug 1991 rd. 2,1 Mrd. DM, davon entfielen knapp 2 Mrd. DM auf den Umsatz aus Anzeigen. 1054 Titel (87 %) wurden vollständig oder teilweise in eigener Redaktion hergestellt. Fast alle Anzeigenblätter waren ortsbezogen, lediglich 19 Titel (darunter acht Offertenblätter) hatten eine regionale Verbreitung. Die durchschnittliche Gesamtauflage belief sich im vierten Quartal 1991 auf knapp 68 Mio. Exemplare je Erscheinenstag, die Verkaufsauflage der Offertenblätter betrug 954000 Exemplare. Der Anteil der Anzeigenblätter an der Auflage aller Zeitschriften lag im gleichen Zeitraum bei 17,6 %, der Anteil an den unentgeltlich abgegebenen Zeitschriften bei 29,5 %.

In den neuen Ländern und Berlin-Ost erschienen nach den Ergebnissen der Pressestatistik 1991 38 Anzeigenblätter. Ihre Auflage betrug 2,75 Mio. Exemplare.

Kaufanzeigenblätter sind erst seit Mitte der achtziger Jahre im Angebot. Das junge Medium hat sich aber seither im Anzeigenblattmarkt fest etabliert. Die Offertenblätter konnten ihre Verkaufsauflage 1991 gegenüber 1990 um 19,3 % steigern. Die Titel werden fast ausschließlich im Einzelverkauf abgesetzt. Zum Umsatz der Offertenblätter von 133,5 Mio. DM (1990: 86,4 Mio. DM) trugen der Vertrieb 71,9 Mio. DM (1990: 54,9 Mio. DM) und die Anzeigen 61,6 Mio. DM (1990: 31,5 Mio. DM) bei.

Tabelle B 42 zeigt die Veränderungen, die sich im Segment der Anzeigenblätter hinsichtlich Anzahl, Auflage und Umsatz zwischen 1984 und 1991 ergeben haben (vgl. ebenfalls die Tabellen B 36 und 38). Der starke Anstieg der Umsatzerlöse aus dem Vertrieb resultiert aus dem Marktzutritt der Offertenblätter.

Aus neueren Berechnungen des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) und der Anzeigenblätter der Zeitungen (AdZ) im Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) ergab sich für 1993 folgendes Bild:[30] Die Anzeigenblätter erzielten in diesem Jahr einen Nettowerbeumsatz von 2,6 Mrd.

[30]) Vgl. ZAW-Jahrbuch 1994, S. 131. Die Zahlen werden regelmäßig ermittelt durch Hochrechnung der Ergebnisse der Umsatzerhebung bei den Mitgliedsverlagen von BVDA und AdZ auf die Gesamtzahl der Anzeigenblätter. Vgl. ferner Horizont, Nr. 11 vom 19. März 1993, S. 33; Werben & Verkaufen, Nr. 10 vom 12. März 1993, S. 56—63.

Tabelle B 42:

Anzahl, Auflage und Umsatz der Anzeigenblätter 1984, 1990 und 1991

		1984	1990	1991
verlegte Blätter mit regionaler/ lokaler Verbreitung	Anzahl	732	1101	1207
	Ausgaben	1203	1819	1800
Auflage in Mio. Exemplaren		42,1	63,5	68,0
Umsatz in Mio. DM	Anzeigen	1025,4	1709,8	1992,3
	Vertrieb	0,3	64,8	88,8

Quelle: Pressestatistik 1984, 1990 und 1991.

DM. Gegenüber 1992 ergab sich damit ein Umsatzplus von 7,7 % (nach 10,8 % in 1992 gegenüber 1991). In den neuen Bundesländern betrug der Umsatz 1993 303 Mio. DM (+22,1 % gegenüber 1992). Wie insbesondere die Zuwachsrate des Vorjahres (+248 % gegenüber 1991) zeigt, haben Anzeigenblätter auch in den neuen Bundesländern rasch an Bedeutung gewonnen. Für die alten Bundesländer wurde für 1993 gegenüber 1992 eine Umsatzsteigerung von 6 % errechnet. 1991 hatte sie bei 4,2 % gegenüber dem Vorjahr gelegen. Der Marktanteil der Anzeigenblätter an den Nettowerbeeinnahmen erfaßbarer Werbeträger in Deutschland liegt seit mehreren Jahren konstant bei rd. 8 %.[31])

Am 1. Januar 1994 stellte sich nach Angaben des BVDA der Markt der Anzeigenblätter auf der Angebotsseite wie folgt dar: Die Zahl der Titel lag bei 1333 (522 Verlage). Die verbreitete Gesamtauflage je Erscheinenstag betrug 76,4 Mio. Exemplare.[32]) 81 % aller wöchentlich erscheinenden Anzeigenblätter wurden mittwochs oder donnerstags verteilt.

Während man in den alten Bundesländern von einer nahezu unveränderten Lage im diesem Zeitschriftensegment sprechen kann (1. Januar 1993: 1038 Titel, 59,0 Mio. Exemplare; 1. Januar 1994: 1045 Titel, 59,7 Mio. Exemplare), stieg im Beitrittsgebiet die Zahl der Titel zwischen 1993 und 1994 von 190 auf 288. Im gleichen Zeitraum wuchs die Auflage von 11,5 auf 16,7 Mio. Exemplare an (+45 %).[33]) Der wirtschaftliche Erfolg dieser unentgeltlich abgegebenen Blätter steht in engem Zusammenhang mit dem fortschreitenden Aufbau des Einzelhandels und der intensiven Bautätigkeit in den neuen Ländern. Eine weitere unverminderte Zunahme der Titelzahl in der Zukunft ist jedoch in Anbetracht der schrittweisen Konsolidierung der wirtschaftlichen Strukturen im Beitrittsgebiet nicht wahrscheinlich.

Anzeigenblättern kommt — entgegen früheren Annahmen — für die Sicherung der Meinungsvielfalt im lokalen Kommunikationsraum nur eine eingeschränkte Bedeutung zu. Eine 1986/87 im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vorgenommene Untersuchung über das Informationsangebot von Anzeigenblättern in Nordrhein-Westfalen[34]) kam zu dem Schluß, daß die Lokalberichterstattung in Anzeigenblättern mit redaktionellem Teil nur rudimentär entwickelt ist. Zum Zeitpunkt der Erhebung standen Ratgeber- und Service-Informationen, Veranstaltungs- sowie kommunalpolitische und kulturelle Verteilinformation im Vordergrund. Aufgrund der hohen Haushaltsdekkung bestand der Leistungsbeitrag der Anzeigenblätter in der Grundversorgung der Stadtbevölkerung mit der örtlich erforderlichen Verteilinformation.

Medienpolitische Beachtung verdient der im Berichtszeitraum meist als internes Unternehmenswachstum zu beobachtende Anstieg der Zahl der sog. Verbundanzeigenblätter. Diese von Tageszeitungsverlagen herausgegebenen Anzeigenblätter dienen einer wachsenden Zahl von Unternehmen als strategisches Mittel zur Marktbehauptung: Anzeigenblätter tragen neben der Produktform Tageszeitung zur Verdichtung sublokaler und lokaler Leser- und Werbemärkte bei.[35])

3.2.2 Sonstige lokale Zeitschriften mit kommunalpolitischem Bezug

Die Pressestatistik 1991 erfaßt 89 Politische Wochenblätter mit regionaler/lokaler Verbreitung (1990: ebenfalls 89 Blätter).[36]) Die durchschnittliche Gesamtauflage je Erscheinenstag lag 1991 bei 601000 Exemplaren (1990: 528000). Der Umsatz betrug rd. 61 Mio. DM. Davon entfielen 15 Mio. DM auf den Vertrieb und 46 Mio. DM auf Anzeigenerlöse. Gegenüber 1983 ging die Anzahl der lokalen/regionalen Wochenblätter um 16 Titel zurück, während der Jahresumsatz um 5 Mio. DM und die durchschnittliche Auflage um 140000 Exemplare wuchsen.

Im Zuge der politischen Wende in der DDR entstand eine Fülle von publizistischen Neugründungen. Nach Untersuchungen des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung fällt in den Zeitraum 1990 bis 1992 die Gründung von rd. 50 Wochenzeitungen mit regionaler oder lokaler Verbreitung.[37]) Davon hat inzwischen die überwiegende Zahl ihr Erscheinen eingestellt bzw. ist zu Anzeigenblättern und in Ausnahmefällen zu Tageszeitungen umgestaltet worden. 1993 lag die Zahl der regionalen bzw. lokalen Wochenblätter in den neuen Ländern nur noch bei etwa 15 Titeln.[38])

Für das Berichtsjahr 1991 beziffert die Pressestatistik die Anzahl der Amtlichen Blätter als Organe amtlicher Bekanntmachungen auf 1276 Titel; 19 von ihnen erschienen überregional, alle anderen mit regionaler/lokaler Verbreitung. Eine knappe Hälfte (599) entstand in verlagseigener Redaktion. 86 % dieser Blätter erschienen mindestens wöchentlich. Die Gesamtauflage je Erscheinenstag betrug 2,9 Mio. Exem-

---

[31]) ZAW-Jahrbuch 1994, S. 15.

[32]) Dem BVDA gehören 191 Verlage an, die 650 der 1333 Anzeigenblätter mit einer Auflage von insgesamt 39,5 Mio. Exemplaren herausbringen (Stand: Januar 1994). Im AdZ sind 74 Verlage mit insgesamt 209 Titeln (Auflage 9,5 Mio. Exemplare; Stand: November 1992) zusammengeschlossen. Hinzu kommen 78 nichtorganisierte Anzeigenblattitel der Zeitungen (in 39 Verlagen) mit einer Auflage von 3,5 Mio. Exemplaren.

[33]) ZAW-Jahrbuch 1994, S. 213—216.

[34]) Gerd Kopper: Entwicklung einer systematischen publizistischen Angebotstypologie von Anzeigenblättern unter dem Gesichtspunkt ihres Beitrages zur Sicherung der Meinungsvielfalt aufgrund einer Stichprobe in einem Bundesland. Untersuchung im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Dortmund 1988. Vgl. dazu auch Kapitel E.II.3.1.

[35]) Vgl. hierzu auch Kapitel D.V.1.1.1.

[36]) Acht Politische Wochenblätter werden überregional verbreitet. Ihre Auflage betrug 1,4 Mio. Exemplare. 89 der insgesamt 97 Politischen Wochenblätter wurden vollständig oder teilweise in eigener Redaktion hergestellt.

[37]) Statistische Erhebung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Unveröffentlichtes Manuskript. Bonn 1992.

[38]) Vgl. BDZV-Jahrbuch 1992, S. 298—299.

plare, der Umsatz lag bei 162 Mio. DM, wovon zwei Drittel im Anzeigenbereich erwirtschaftet wurden.[39]) Daneben verzeichnet die Pressestatistik für das Jahr 1991 166 kostenlos verteilte Kommunale Amtsblätter mit einer Gesamtauflage von 1,2 Mio. Exemplaren. Der Umsatz aus Anzeigen betrug 1991 28,4 Mio. DM.

3.2.3 Nachrichtenmagazine/Politische Wochenblätter

Auffälligste Veränderung auf dem im Berichtszeitraum stark in Bewegung geratenen Markt war die Neueinführung des Nachrichtenmagazins „Focus" am 18. Januar 1993. Damit konnte sich — nach 53 fehlgeschlagenen Versuchen vom „Scheinwerfer" (1948) bis zu „Puls" (1989) — neben dem „Spiegel" (verkaufte Auflage im IV. Quartal 1993: 1,07 Mio. Exemplare) ein zweites Nachrichtenmagazin auf dem Pressemarkt etablieren.[40]) Die bisherige Entwicklung der Verkaufsauflagen der beiden Titel spricht dafür, daß zwischen ihnen zwar in Überschneidungsbereichen Verdrängungswettbewerb herrscht, insgesamt jedoch die komplementären Beziehungen überwiegen: „Focus" hat im ersten Quartal 1994 eine Verkaufsauflage von rd. 500 000 erzielt, der „Spiegel" verkaufte eine Auflage von 1,06 Mio. Exemplaren. Die Verkaufsauflage des Hamburger Magazins war also gegenüber dem vierten Quartal 1992 (1,18 Mio. Stück) nur um rd. 0,12 Mio. Exemplare oder 10,2 % geschrumpft.

Das Angebot der überregionalen Politischen Wochenblätter wandelt sich seit Jahren. Ein Teil der Politischen Wochenblätter hat nach Meldungen der Fachpresse seit längerem mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen oder (wie etwa das Wochenblatt „Vorwärts" im April 1989) bereits sein Erscheinen eingestellt. Der auflagenstärkste Titel in dieser Gruppe, „Die Zeit", erhielt Konkurrenz durch die Neugründung „Die Woche" sowie durch die seit dem 18. Februar 1993 nunmehr bundesweit angebotene „Wochenpost", der einst größten Wochenzeitung der DDR (damalige Auflage: über 1 Mio. Exemplare). Neu auf dem Markt der Wochenzeitungen ist auch der „Freitag", hervorgegangen aus dem „Sonntag" (Berlin-Ost), der „Tat" und der „Deutsche Volkszeitung" (Frankfurt/Main).

Tabelle B 43 gibt eine Übersicht über die Verkaufsauflage der auflagenstärksten Wochenzeitungen in den Jahren 1984 und 1993.

Tabelle B 43:

Verkehrsauflage der auflagenstärksten Wochenzeitungen 1984 und 1993

	Verkaufsauflage	
	IV. Quartal 1984	IV. Quartal 1993
Bayernkurier	151 082	153 922
Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt	123 228	89 415
Die Woche	—	103 415[1])
Die Zeit	417 340	490 689
Freitag	—	19 817
Rheinischer Merkur	133 061	108 028
Wochenpost	—	105 982

[1]) Stand: I. Quartal 1994, da „Die Woche" hier erstmals in der IVW erfaßt worden ist.

Quelle: IVW-Listen 4/1984, 4/1993 und 1/1994.

3.2.4 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Der Anstieg der in den Privathaushalten zur Verfügung stehenden Einkommen und Medienbudgets, eine wachsende formale Bildung sowie die zunehmende Individualisierung des Medienkonsums eröffneten den Verlagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften im Berichtszeitraum neue Möglichkeiten verlegerischen Handelns.

Zum 31. Dezember 1991 erfaßte die amtliche Pressestatistik für ganz Deutschland 1 685 unterhaltende Publikumszeitschriften. Das entsprach 19 % aller Zeitschriftentitel. Gegenüber dem 31. Dezember 1984 ist die Sparte der unterhaltenden Publikumszeitschriften um 321 Titel (23,5 %) gewachsen. Diese Aufwärtsentwicklung verlief allerdings nicht kontinuierlich: Während zwischen 1984 und 1986 die Titelzahl von 1 364 auf 1 208 zurückging, war seit 1987 bei fast allen Sparten der Publikumszeitschriften bis zum letzten noch von der Pressestatistik erfaßten Berichtsjahr 1991, das erstmals die neuen Länder mit einschließt, ein Anstieg zu verzeichnen (vgl. die Tabellen B 44 und 45).[41])

Die Verkaufsauflage betrug im vierten Quartal 1991 108,7 Mio. Exemplare (67,6 % der gesamten verkauften Zeitschriftenauflage) und stieg damit zwischen 1984 und 1991 nur um 11,4 %. Der prozentuale Zuwachs der Auflage bewegt sich also für den genannten Zeitraum unter dem prozentualen Anstieg der Titelzahl. Wie sich die Verkaufsauflagen in den Hauptsparten der unterhaltenden Publikumszeitschriften entwickelten, ist Tabelle B 45 zu entnehmen.

Die Entwicklung der — an der Auflage gemessenen — Marktanteile der vier Presseunternehmen mit der größten Zeitschriftenauflage (Bauer, Springer, Burda und Gruner + Jahr) weist stark unterschiedliche Änderungsraten auf; diese bewegten sich 1992, bezogen auf das Jahr 1984, nach der konsolidierten und ge-

[39]) Auflagen- und Umsatzzahlen der Amtlichen Blätter werden nicht gesondert nach ihrer Verbreitung aufgeführt.

[40]) In Branchenkreisen wird der Erfolg von „Focus" vornehmlich auf das geschickte Marketing-Konzept des Verlages und die in Inhalt und Form neuartige Gestaltung des Blattes zurückgeführt (Susanne Schäfer-Dieterle: Informativ, selektiv, erfolgreich! Der Markt der Wochenzeitschriften/Nachrichtenmagazine ein Jahr nach „Focus", „Die Woche" und die „Wochenpost". In: Media Spectrum, Heft 2/94, S. 28—30).

[41]) Ausnahme: Rückgang der Titel in der Sparte „Romane, Rätsel und Comics" von 1984 bis 1991 um 75,1 %.

Tabelle B 44:

Veränderungen im Bereich der Publikumszeitschriften 1991 gegenüber 1984 — in % —

	insgesamt	darunter	
		Illustrierte, Magazine, Programmzeitschriften, allgemeine Unterhaltung	Romane, Rätsel, Comics
Anzahl der Titel	+23,5	+65,9	−75,1
verkaufte Auflage	+11,4	+20,4	−22,6
davon:			
o Abonnement	+1,4	+26,0	+656,3
o Einzelverkauf	+17,8	+17,9	−30,6
Zeitschriftenumsatz	+35,5	+31,8	−21,8
Vertriebsumsatz	+39,8	+43,5	−22,0
Anzeigenumsatz	+29,8	+18,1	−17,7

Quelle: Pressestatistik 1991 sowie eigene Berechnungen.

wichteten Verkaufsauflage des einzelnen Unternehmens zwischen +8,9 % (Gruner + Jahr) und —14,6 % (Burda). Die Marktanteilserhöhungen beruhen im wesentlichen auf Neugründungen, teils auch auf Zukäufen in den neuen Ländern.[42])

In der ehemaligen DDR war das Angebot an unterhaltenden Publikumszeitschriften sehr gering.[43]) Im ersten Jahr nach der Öffnung des Marktes in den neuen Ländern verloren sämtliche dort erscheinenden Publikumszeitschriften über die Hälfte ihrer Abonnenten. Viele dieser Periodika sind in Themeninhalt und Umfang sowie Layout und Drucktechnik überarbeitet und neu gestaltet worden. Ein großer Teil dieser bereits vor 1990 erschienenen Titel konnte sich jedoch nicht am Markt halten. Auch die Fusion oder die Kooperation mit Verlagen aus den alten Bundesländern schützte oft nicht vor Einstellung.

Dennoch gab es auch 1992 noch Titel aus der ehemaligen DDR, die über relativ starke Marktstellungen verfügen.[44]) Dabei handelt es sich zumeist um Objekte, die vorrangig Ratgeber- und Serviceleistungen anbieten. Einige Neugründungen von Verlagen aus den alten Bundesländern (z. B. „Super Illu" und „Super TV") konnten sich ebenfalls durchsetzen. Dies gilt auch für West-Titel mit sog. Ost-Ausgaben wie „DM Ost", „Wirtschaftswoche Ost", „Capital Ost", „BWZ Ost", „rtv Ost", die durch auf die neuen Länder ausgerichtete Berichterstattung und Anzeigen die West-Ausgaben ergänzen. Auf Dauer sollen sie, wenn es nicht bereits geschehen ist, vollständig durch die in den alten Ländern erscheinenden Ausgaben ersetzt werden.

Der Kampf um Werbeetats der Inserenten und um das Zeitbudget der Leser hat sich intramediär und intermediär weiter verschärft. Für den pressestatistisch abgedeckten Zeitraum ist bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften folgendes herzuvorheben: Trotz der intermediären Konkurrenz, die sich mit der Einführung der dualen Rundfunkordnung verschärfte, stiegen die Vertriebs- und Anzeigenumsätze im Zeitraum zwischen 1984 und 1991 (mit Ausnahme der Jahre 1985 und 1989) weiter an.[45]) Der relativ starke Umsatzrückgang 1989 gegenüber dem Vorjahr (4,1 %) vollzog sich im Vertriebsgeschäft (Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 9,0 %) und dürfte primär eine Folge des intramediären Wettbewerbs gewesen sein: Niedrigpreis-Zeitschriften[46]) drangen bei stagnierendem Vertriebsmarkt und sogar insgesamt leicht sinkender Verkaufsauflage (1989 gegenüber 1988 Rückgang um 1,5 %) vor. Die unentgeltlich abgegebene Auflage wuchs zwischen 1984 und 1990 um 124 % (von 7,26 Mio. auf 16,24 Mio.). 1991, nach Einbeziehung der neuen Länder, erreichte sie 33,29 Mio. Stück und stieg damit nochmals gegenüber dem Vorjahr um rd. 105 % an.

Tabelle B 46 zeigt die nominale Entwicklung der Nettowerbeeinnahmen der Publikumszeitschriften in den Jahren 1984 bis 1993. Während 1985, 1986 und 1993 im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr ein Rückgang der Nettowerbeeinnahmen bei den Publikumszeitschriften zu beobachten ist, konnten diese Einnahmen von 1987 bis 1992 gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden.[47]) Zum Vergleich mit den Nettowerbeeinnahmen von Hörfunk und Fernsehen siehe die Tabellen B 84 und 100 in Kapitel B.III.3.

[42]) Horst Röper: Daten zur Konzentration der Publikumszeitschriften in Deutschland im I. Quartal 1992. In: Media Perspektiven, Heft 7/92, S. 416—427.

[43]) Vgl. Kapitel B.II.3.1.2.

[44]) Vgl. Arnulf Kutsch: Zeitschriften in den neuen Bundesländern. Vortrag beim Wissenschaftlichen Gespräch im Bundesministerium des Innern am 20. Juni 1991. Veröffentlicht in: Beate Schneider, Strukturen, Anpassungsprobleme und Entwicklungschancen der Presse auf dem Gebiet der neuen Bundesländer. Anlagenband, S. 41ff. (Siehe dazu Fußnote 28 in Kapitel B.II.3.1.2).

[45]) Vgl. auch Kapitel B.II.3.1.1, Tabelle B 38.

[46]) Vgl. Kapitel B.II.3.2.4.3.

[47]) Der Rückgang in 1986 ist durch eine strukturelle Bereinigung der Erhebungsbasis beeinflußt.

Tabelle B 45:

Auflagen der unterhaltenden Publikumszeitschriften nach Sparten 1984 bis 1991

Publikumszeitschriften	Jahr	Anzahl am 31. 12.	verkaufte Auflage im IV. Quartal in Tsd. Exemplaren			
			insgesamt	Abonnement	Einzel-verkauf	Sparten-durchschnitt
Illustrierte, Magazine, Programmzeitschriften, allgemeine Unterhaltung	1984	176	36 110	11 031	25 078	205,2
	1985	189	35 692	10 884	24 808	188,8
	1986	216	36 911	10 642	26 269	170,9
	1987	289	37 418	10 999	26 419	129,5
	1988	297	37 544	11 306	26 238	126,4
	1989	288	36 892	11 476	25 416	128,1
	1990	292	36 848	11 355	25 493	126,2
	1991*)	292	43 476	13 902	29 574	148,9
Motor, Reise, Freizeit, Hobby	1984	221	17 224	12 415	4 809	77,9
	1985	223	17 498	12 406	5 092	78,5
	1986	234	18 959	12 979	5 980	81,0
	1987	280	20 055	13 659	6 396	71,6
	1988	287	20 765	14 194	6 571	72,4
	1989	305	21 682	14 967	6 715	71,1
	1990	314	23 590	16 115	7 475	75,1
	1991*)	384	16 627	7 625	9 001	43,3
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	1984	70	24 515	7 201	17 315	350,2
	1985	70	24 134	7 122	17 012	344,8
	1986	79	27 036	7 181	19 855	342,2
	1987	79	26 184	7 191	18 992	331,4
	1988	78	24 187	6 789	17 398	310,1
	1989	80	23 317	6 843	16 475	291,5
	1990	86	25 008	7 123	17 885	290,8
	1991*)	105	28 983	8 828	20 155	276,0
Jugendzeitschriften	1984	53	3 763	1 492	2 270	71,0
	1985	55	3 873	1 408	2 465	70,4
	1986	49	3 943	1 501	2 442	80,5
	1987	62	3 786	1 646	2 140	61,1
	1988	68	4 352	1 695	2 656	64,0
	1989	64	3 597	1 672	1 925	56,2
	1990	63	3 598	1 824	1 775	57,1
	1991*)	77	4 822	2 386	2 437	62,6
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	1984	375	5 576	4 799	778	14,9
	1985	364	4 483	3 796	687	12,3
	1986	381	4 688	3 983	705	12,3
	1987	450	5 000	4 240	760	11,1
	1988	451	5 010	4 279	731	11,1
	1989	459	5 212	4 399	813	11,4
	1990	482	5 284	4 144	1 140	11,0
	1991*)	484	4 662	3 569	1 093	9,6
Romane, Rätsel, Comics	1984	253	7 469	87	7 382	29,5
	1985	180	5 770	95	5 675	32,1
	1986	43	2 841	60	2 781	66,1
	1987	48	4 381	69	4 312	91,3
	1988	49	4 274	87	4 187	87,2
	1989	54	3 842	127	3 715	71,1
	1990	57	4 829	274	4 555	84,7
	1991*)	63	5 782	658	5 124	91,8

Fortsetzung Tabelle B 45:

Publikumszeitschriften	Jahr	Anzahl am 31. 12.	verkaufte Auflage im IV. Quartal in Tsd. Exemplaren			
			insgesamt	Abonnement	Einzel-verkauf	Sparten-durchschnitt
Sport	1984	212	2 610	1 595	1 015	12,3
	1985	198	2 710	1 741	968	13,7
	1986	203	2 761	1 774	987	13,6
	1987	228	2 953	1 879	1 074	13,0
	1988	230	3 416	1 829	1 587	14,9
	1989	223	3 472	1 822	1 649	15,6
	1990	224	3 577	1 899	1 678	16,0
	1991*)	261	4 102	2 108	1 994	15,7
sonstige	1984	4	342	11	331	85,5
	1985	3	354	9	345	118,0
	1986	3	351	9	342	117,0
	1987	4	362	7	354	90,5
	1988	5	344	13	331	68,8
	1989	7	358	14	344	51,1
	1990	8	435	38	397	54,4
	1991*)	19	247	111	136	13,0
insgesamt	1984	1 364	97 609	38 631	58 978	71,6
	1985	1 282	94 514	37 461	57 052	73,7
	1986	1 208	97 490	38 129	59 361	80,7
	1987	1 440	100 139	39 691	60 448	69,5
	1988	1 465	99 892	40 194	59 698	68,2
	1989	1 480	98 373	41 319	57 054	66,5
	1990	1 526	103 169	42 771	60 399	67,6
	1991*)	1 685	108 701	39 187	69 514	64,5

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Pressestatistik.

Da die Werbeeinnahmen des privaten Rundfunks seit 1984 weitaus rascher gestiegen sind (1992 mit einer Jahresrate von 50 %) als die der Publikumszeitschriften, verringerte sich der Anteil der Publikumszeitschriften am gesamten Werbeaufkommen von 17 % in 1984 auf 10 % in 1993. Bereits 1991 verloren die Publikumszeitschriften mit damals 11,5 % Anteil an den gesamten Nettowerbeeinnahmen ihren hinter der Tagespresse (33 %) lange gehaltenen zweiten Platz in der Rangliste der Werbeträger an das Fernsehen (13 %) und den dritten Platz an die „Werbung per Post" (12,5 %)[48]) (vgl. hierzu auch Tabelle B 47 und 48).

1991 übertrafen die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehveranstalter (3,7 Mrd. DM) erstmals die der Publikumszeitschriften (3,25 Mrd. DM).[49]) Diese Entwicklung[50]) setzte sich auch 1992 und 1993 fort, das Verhältnis der Nettowerbeeinnahmen betrug 1992 4,33 Mrd. DM zu 3,38 Mrd. DM und 1993 4,35 Mrd. DM zu 3,21 Mrd. DM.

In welchem Umfang die Ausweitung der Werbemöglichkeiten im Rundfunk zu Lasten des Anzeigengeschäfts der Publikumszeitschriften gegangen ist,

Tabelle B 46:

Nettowerbeeinnahmen der Publikumszeitschriften 1984 bis 1993 — in Mio. DM —

Jahr	Publikumszeitschriften
1984	2 677,7
1985	2 640,1
1986	2 587,1
1987	2 748,4
1988	2 818,4
1989	2 955,5
1990*)	3 060,7
1991*)	3 245,8
1992**)	3 377,6
1993**)	3 214,9

*) Teilweise inkl. neue Bundesländer.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: ZAW-Jahrbücher 1985 bis 1994.

[48]) Vgl. ZAW-Jahrbuch 1993, S. 17.
[49]) Zahlenangaben nach ZAW-Jahrbuch 1992, S. 15, und ZAW-Jahrbuch 1993, S. 13.
[50]) Zum Vergleich mit den Werbeträgern Fernsehen und Hörfunk siehe die Tabellen B 84 und 100 in Kapitel B.III.3.

Tabelle B 47:

Anteile ausgewählter Werbeträger an den Nettowerbeeinnahmen 1984 bis 1993 — in % —

Jahr	Publikumszeitschriften	Fernsehen		Hörfunk	
		öffentlich-rechtliche Anbieter	private Anbieter	öffentlich-rechtliche Anbieter	private Anbieter
1984	17	9	—	3	0
1985	15	8	0	3	0
1986	14	8	0	3	0
1987	14	8	0	3	0
1988	14	8	1	3	1
1989	13	7	3	3	1
1990*)	12	6	5	3	1
1991*)	12	6	7	2	1
1992**)	11	4	10	2	1
1993**)	10	2,5	12,5	1,7	1,4

*) Teilweise inkl. neue Bundesländer.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: ZAW-Jahrbücher 1985 bis 1994 sowie eigene Berechnungen.

entzieht sich wegen der Komplexität der zu berücksichtigenden Faktoren exakter Ermittlung. Das vorliegende Zahlenmaterial legt jedoch eine Beeinträchtigung des Anzeigengeschäfts der Presse durch die erhöhten Werbekapazitäten im Rundfunk nahe. Dabei dürfte der Wettbewerbsdruck inbesondere des Fernsehens die Publikumszeitschriften stärker getroffen haben als die Tagespresse. Wenn sich das Fernsehen mehr und mehr zum alltäglichen Informations- und Begleitmedium entwickelt, so könnte der von ihm ausgehende intermediäre Wettbewerbsdruck in den kommenden Jahren an Intensität verlieren.[51])

Tabelle B 48:

Nettowerbeeinnahmen der Publikumszeitschriften 1984 bis 1993 — Veränderungen gegenüber dem Vorjahr in % —

Jahr	Publikumszeitschriften
1984	+8,1
1985	−1,4
1986	k.A.[1])
1987	+6,2
1988	+2,5
1989	+4,9
1990*)	+3,6
1991*)	k.A.[2])
1992**)	+4,1
1993**)	−4,8

*) Teilweise inkl. neue Bundesländer.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Nicht vergleichbar mit Vorjahr wegen struktureller Bereinigung der Erhebungsbasis.
[2]) Nicht vergleichbar mit Vorjahr wegen erstmaliger Einbeziehung der neuen Bundesländer.
Quelle: ZAW-Jahrbücher 1985 bis 1994 sowie eigene Berechnungen.

Im Berichtszeitraum war der Wettbewerb zwischen den Publikumszeitschriften zum einen durch Produktdiversifizierung, zum anderen durch die Nachahmung erfolgreicher oder erfolgversprechender verlegerischer Konzepte gekennzeichnet. Anfänglich erfolgreiche Strategien der Wettbewerbsvermeidung führten über Nachahmung von Konzepten zu Verdrängungswettbewerb. So konnten sich vor allem von 1984 bis 1987 die Niedrigpreis-Blätter, die inhaltliche und gestalterische Elemente der Illustrierten, der Yellow-Press- und der Programmzeitschriften in sich vereinen, am Markt etablieren. In diesem Teilsegment ist es später zu Ausleseprozessen gekommen.

3.2.4.1 Illustrierte

Bemerkenswert ist die Entwicklung der wöchentlich erscheinenden und im gesamten Bundesgebiet verbreiteten aktuellen Illustrierten. „Stern", „Bunte" und „Neue Revue" konnten sich trotz sinkender Auflagen zumindest behaupten. Dagegen hat die „Quick" nach überdurchschnittlichen Verlusten an Verkaufsauflage und entsprechend starken Anzeigenrückgängen ihr Erscheinen Ende August 1992 eingestellt.

3.2.4.2 Frauenzeitschriften

Das Teilsegment der Frauenzeitschriften[52]) ist in Titelanzahl und Auflage zwischen 1984 und 1993 über-

[51]) Vgl. hierzu die jüngsten Ergebnisse des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts vom 5. Mai 1993.
[52]) Bei den Frauenzeitschriften ist eine eindeutige Abgrenzung gegen unterhaltende Periodika benachbarter Sparten nicht möglich.

durchschnittlich gewachsen. Das Angebot in diesem Bereich stieg von lediglich 14 Zeitschriften Mitte der siebziger Jahre auf — je nach Abgrenzung — 30 bis 50 Titel im Jahre 1993.

Hinzu kamen in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre im Rahmen einer neuerlichen Gründungswelle[53]) mit veränderten redaktionellen Konzepten die sog. Praktischen Zeitschriften (z. B. „Maxi" und „Prima" 1986; „Elle" 1988; „Viva" 1988 bis 1990; „Marie Claire" 1990). Daneben werden Spezialzeitschriften für Frauen angeboten zu den Themen Mode und Handarbeit, Kochrezepte und Haushalt, Erziehung, Gesundheit, außerdem allgemeine Ratgeber-, Roman- und Erlebniszeitschriften sowie Zeitschriften, die sich vorrangig politisch-gesellschaftlichen Fragen widmen („Emma", „Bild der Frau").

Der Konkurrenzkampf hat sich durch die Neugründungen verschärft und auch bei etablierten Titeln zu Auflagenverlusten geführt. Dies gilt vor allem für Zeitschriften, die sich an ein Massenpublikum richten. Zunehmend orientieren sich jedoch diese Frauenzeitschriften mit einem Querschnittsangebot zielgerichtet am sozialen Status oder am Selbstbild der Leserinnen.[54])

Unter den monatlich erscheinenden Frauenmagazinen waren im Berichtszeitraum viele Spezialtitel zu finden. Die überwiegende Zahl der 14täglich erscheinenden Frauenzeitschriften legte ihren inhaltlichen Schwerpunkt auf den Beratungsteil. Dagegen hatten wöchentlich erscheinende Titel mehr unterhaltenden Charakter.[55])

3.2.4.3 Programmzeitschriften

Unterschiedliche Entwicklungen ergaben sich in den Jahren 1984 bis 1993 bei den Programmzeitschriften. Mitte 1993 teilten sich in einem harten Wettbewerb 15 Titel eine Verkaufsauflage von insgesamt fast 21 Mio. Exemplaren. Wettbewerbsrelevant waren außerdem 13 Mio. Exemplare, die als Supplemente ohne zusätzliches Entgelt Zeitungen oder auch Zeitschriften beigelegt werden. Die erfolgreiche Neugründung von spielfilmorientierten Fernsehillustrierten („TV movie", „TV Spielfilm") Anfang der neunziger Jahre steht in Zusammenhang mit der starken Ausweitung des Angebotes von Fernsehprogrammen.

Die zu Beginn der achtziger Jahre eingeführten Niedrigpreis-Objekte konnten sich auf dem Markt schnell etablieren. Offen jedoch ist, ob sich auf längere Sicht alle seit 1991 neu herausgebrachten Titel dieser Art (u. a. „TV neu", „TV klar", „Kabel TV"[56])) behaupten werden. Mitte 1993 erzielte keiner von ihnen mehr als 1 Mio. Verkaufsauflage. Zwei Objekte, die dem Vorbild einer US-amerikanischen Zeitschrift mit „Fernsehprogramm nach Uhrzeit" gefolgt waren („Kabel TV" und der Nachfolger „TV Guide"), haben ihr Erscheinen bereits einstellen müssen.

3.2.4.4 Special-Interest-Zeitschriften

Eine ähnlich dynamische Entwicklung ist, wenn auch aus anderen Gründen, im Teilsegment der sog. Special-Interest-Zeitschriften zu beobachten. Vor dem Hintergrund struktureller Veränderungen in Wirtschaft, Technik und Gesellschaft haben sich für die Zeitschriftenverlage wichtige neue Betätigungsfelder eröffnet. Hier sind beispielsweise folgende Bereiche zu nennen: „Computer", „Video", „Telekommunikation", „Gesundheit", „Jugend", „Sport", „Motor", „Hobby", „Haus und Garten" sowie „Umwelt".

Trotz zurückgehender Umsätze der einschlägigen Geräteindustrie stieg die verkaufte Auflage der Computerzeitschriften allein zwischen 1991 und 1992 um 28 %; im ersten Halbjahr 1993 verzeichneten die 29 IVW-geprüften Magazine eine nochmalige Steigerung um 16 %. 1993 wurden durchschnittlich 2,35 Mio. Exemplare pro Erscheinensintervall verkauft. Allein die zehn führenden Magazine vereinigten mehr als 60 % der Gesamtverkaufsauflage auf sich. Dieser Erfolg ist nach Ansicht von Branchenexperten vor allem auf den Informationsbedarf der PC-Benutzer zurückzuführen, der angesichts einer erhöhten und fortwährend sich ändernden Angebotsvielfalt im EDV-Sektor seit geraumer Zeit anhält.

Auch bei den Telekommunikationszeitschriften war zu Beginn der neunziger Jahre ein schnelles Auflagenwachstum zu verzeichnen, insbesondere im Segment Mobilfunk.[57]) 1993 waren ca. 20 Zeitschriften (Verkaufsauflage von rd. 470 000 Exemplaren) im Angebot, die ausschließlich über Telekommunikation informieren.

3.2.5 Fachzeitschriften

Mit ihren primär berufsbezogenen Informationsangeboten übt die Fachpresse eine Schlüsselfunktion aus bei der kommunikativen Beeinflussung des wissenschaftlichen, technischen, wirtschaftlichen und letztlich auch sozialen Handelns. Wirtschaftlich entwickelte sie sich in den alten Bundesländern auch zwischen 1983 bis 1991 aufwärts: Lt. Pressestatistik stieg die Anzahl der gewerblich verlegten Fachzeitschriften von 2 862 um 26,8 % auf 3 630 Titel. Die verbreitete Auflage stieg um 74,7 % auf 82,6 Mio. Stück; die Verkaufsauflage von 40,1 Mio. Exempla-

---

[53]) Als Beispiele einer vorangegangenen Neugründungswelle seien genannt: „Tina" (1975), „Bella" (1978), „Bild der Frau" (1983).

[54]) Vgl. hierzu auch die umfassende Analyse von Jutta Röser: Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Opladen 1992.

[55]) Vgl. freundin service (Hrsg.): Frauenzeitschriften in Deutschland. München 1993.

[56]) Die Zeitschrift „FF" erschien seit 1946 in der DDR und stellt insofern nur für das frühere Bundesgebiet einen Neuzugang dar.

[57]) Werben & Verkaufen, Nr. 39 vom 1. Oktober 1993, S. 132—135. Ebenso: Werben & Verkaufen, Nr. 42 vom 22. Oktober 1993, S. 82 f.

ren ging dabei um 2,29 %[58]) auf 39,1 Mio. Stück zurück. Der Umsatz wuchs im genannten Zeitraum von 2,14 Mrd. DM um 76,1 %[58]) auf 3,76 Mrd. DM[58]). Nach den Ergebnissen der Pressestatistik 1991 gab es am Ende des Erhebungsjahres im gesamten Bundesgebiet 3720 Fachzeitschriften mit einer Verkaufsauflage von 39,7 Mio. Stück[59]) und einem Umsatz von 3,79 Mrd. DM; davon entfielen 90 Zeitschriften mit einer Verkaufsauflage von 604000 Exemplaren, einem Umsatz von 28,9 Mio. DM sowie mit einem Anzeigenanteil von 39 % auf die neuen Bundesländer.

Über die Umsatzentwicklung der Fachzeitschriften in den Jahren 1992 und 1993 lagen zum Berichtszeitpunkt noch keine Ergebnisse der amtlichen Pressestatistik vor. Nach Verbandsumfragen ergibt sich folgendes Bild: 1993 lag der Gesamtumsatz von 4,18 Mrd. DM um 0,6 % unter dem des Vorjahres; ein empfindlicher Rückgang der Anzeigenumsätze um 5,8 % auf 2,19 Mrd. DM konnte vom Anstieg der Vertriebsumsätze um 5,4 % auf 1,77 Mrd. DM und von der Zunahme (der hier eingerechneten) sonstigen Erlöse um 8 % auf 0,21 Mrd. DM nicht ganz ausgeglichen werden.

Die Mengenumsätze der einzelnen Sparten sind den Tabellen B 49 und 50 und die Vertriebs- und Anzeigenumsätze der Hauptspartengruppen „wissenschaftliche Zeitschriften" und „andere Fachzeitschriften" der Tabelle B 38 zu entnehmen.

Ein Vergleich der Entwicklungen beider Aggregate im Zeitintervall 1984 bis 1991 zeigt folgende Unterschiede (siehe Tabelle B 51): Die wissenschaftlichen Zeitschriften blieben mit ihren Zuwachsraten deutlich hinter den anderen Fachzeitschriften zurück. Besonders krasse Abweichungen ergaben sich bei den Entwicklungen der Anzeigenumsätze und der (davon beeinflußten) unentgeltlich abgegebenen Auflagenanteile. Der bei den wissenschaftlichen Fachzeitschriften bereits 1983 mit 31,2 % der verbreiteten Auflage von 7,99 Mio. Stück vergleichsweise hohe Anteil der unentgeltlich abgegebenen Exemplare steigerte sich bis 1990 nur noch um 0,4 Prozentpunkte auf 31,6 % (von 9,64 Mio. Exemplaren). Bei den anderen Fachzeitschriften dagegen wuchs dieser Auflagenanteil von 12,1 % (von 39,3 Mio. Stück) um 3,7 Prozentpunkte, also um ein knappes Drittel, auf 15,8 % (von 57 Mio. Stück). 1991 beschleunigte sich dieser Anstieg: Bei den wissenschaftlichen Zeitschriften erreichten die unentgeltlich abgegebenen Exemplare einen Anteil von 33,2 % an der in Deutschland verbreiteten Auflage von 13,4 Mio., bei den anderen Fachzeitschriften sogar einen Anteil von 55,9 % an 69,9 Mio. Exemplaren. Der Jahreszuwachs 1991 der unentgeltlich abgegebenen anderen Fachzeitschriften betrug nicht weniger als 30,1 Mio. Exemplare und entfiel zu 90,1 % auf Zeitschriften des Gesundheitswesens.[60]) In den neuen Bundesländern waren die unentgeltlich abgegebenen Auflagenanteile mit 7,16 % (an 377000) und 5,93 % (an 270000) deutlich niedriger.

Innerhalb der periodischen Presse zählen die Fachzeitschriften nach den Anzeigenblättern sowie den Wochen-/Sonntagszeitungen zu den Werbeträgern, deren Werbeeinnahmen in den letzten Jahren prozentual am meisten stiegen. Die jährlichen Zuwachsraten lagen über denen der Publikumszeitschriften und mit Ausnahme von 1989 sowie 1992 und 1993 auch über denen der Tagespresse.[61]) Ihre Nettowerbeeinnahmen wuchsen von 1984 bis 1993 von 1,32 Mrd. DM um 66 % auf 2,19 Mrd. DM. Von der IVW wurden im vierten Quartal 1991 gleichwohl lediglich 908 Titel mit 22,9 Mio. verbreiteter Auflage erfaßt, also weniger als ein Drittel der Titel, die die Pressestatistik erfaßt.

Tabelle B 52 auf Seite 124 belegt, daß Fachzeitschriften überwiegend monatlich oder seltener erscheinen. Annähernd 90 % der Titel wurden überregional verbreitet. Der Anteil der Postzustellung am Vertrieb der abonnierten Auflage lag 1991 mit durchschnittlich 96,4 % außerordentlich hoch.

Sowohl bei den wissenschaftlichen als auch bei den sonstigen Fachzeitschriften hat langfristig seit 1983 der Anteil der im Einzelverkauf abgegebenen Stücke gegenüber der Abonnementauflage zugenommen. Weitere Einzelheiten sind den Tabellen B 49 und 50 zu entnehmen.

Mit der technischen Herstellung der Fachzeitschriften waren i. d. R. verlagsfremde Betriebe betraut. Zu verlagsfremden Betrieben im Sinne der Pressestatistik zählen allerdings auch rechtlich selbständige Betriebe im Eigentum des Verlages.

Lediglich 131 wissenschaftliche Zeitschriften (9,06 %) und 325 andere Fachzeitschriften (16,6 %) wurden 1990 vollständig im eigenen, rechtlich unselbständigen Verlagsbetrieb gedruckt; die Eigenherstellung hat also weiter an Bedeutung eingebüßt. 1983 betrugen die entsprechenden Anteile 9,49 % und 20,5 %. Durch den Einbezug der neuen Bundesländer in die Pressestatistik 1991 hat sich diese Tendenz nicht verändert.

Die Jahrgangsumfänge erweiterten sich 1990 gegenüber 1983 nur geringfügig: bei den wissenschaftlichen Fachzeitschriften von durchschnittlich 759 auf 768 (+1,2 %) und bei den anderen Fachzeitschriften von 697 auf 702 Seiten pro Titel (+0,72 %). In 1991 stiegen diese Umfänge auf 780 und 719 Seiten an; darin sind die Fachzeitschriften der neuen Bundesländer mit Gruppendurchschnitten von 576 und 583 Seiten enthalten.

1991 belief sich die verbreitete Auflage fast jeder zweiten wissenschaftlichen Fachzeitschrift (46,2 %) auf weniger als 1500 Exemplare (1983: 47,9 %). Die durchschnittlich verbreitete Auflage je Titel betrug 7831 (1983: 6373). Die unentgeltlich abgegebenen

[58]) Aus ungerundeten Zahlen errechnet.

[59]) Der auffällige Rückgang der Verkaufsauflage gegenüber dem Vorjahr um rd. 14,9 Mio. Exemplare beruht im wesentlichen auf Umschichtungen bei Fachzeitschriften des Gesundheitswesens; deren unentgeltlich abgegebene Auflage stieg 1991 um 27,1 Mio. Exemplare bei gleichzeitigem Rückgang der Verkaufsauflage um 15,2 Mio. Stück.

[60]) Vgl. Fußnote 59.

[61]) Vgl. ZAW-Jahrbuch 1992, S. 15 und ZAW-Jahrbuch 1993, S. 13.

Tabelle 49:

Auflagen der wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten 1984 bis 1991

Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts	Jahr	Anzahl am 31.12.	verkaufte Auflage im IV. Quartal in Tsd. Exemplaren			
			insgesamt	Abonnement	Einzel-verkauf	Sparten-durchschnitt
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	1984	314	2 554	2 489	65	8,1
	1985	322	2 576	2 500	76	8,0
	1986	339	2 670	2 576	95	7,9
	1987	347	2 727	2 608	119	7,9
	1988	357	2 846	2 750	96	8,0
	1989	368	2 962	2 839	123	8,0
	1990	391	2 882	2 704	178	7,4
	1991*)	488	4 139	3 291	848	8,5
Medizin	1984	426	1 757	1 623	134	4,1
	1985	425	1 864	1 683	180	4,4
	1986	430	1 879	1 537	341	4,4
	1987	456	1 991	1 626	366	4,4
	1988	468	2 063	1 681	383	4,4
	1989	476	2 167	1 781	387	4,6
	1990	484	2 321	1 911	410	4,8
	1991*)	553	2 525	1 968	557	4,6
Ingenieurwissenschaft	1984	166	651	587	65	3,9
	1985	164	641	584	57	3,9
	1986	167	602	558	44	3,6
	1987	173	600	553	47	3,5
	1988	175	594	546	49	3,4
	1989	172	580	542	38	3,4
	1990	181	597	557	39	3,3
	1991*)	218	1 095	918	177	5,0
Mathematik und Naturwissenschaft	1984	179	322	268	53	1,8
	1985	187	320	263	56	1,7
	1986	192	283	277	6	1,5
	1987	194	280	274	6	1,4
	1988	197	335	282	53	1,7
	1989	209	340	286	54	1,6
	1990	210	346	302	45	1,6
	1991*)	250	616	477	139	2,5
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaft	1984	57	70	68	2	1,2
	1985	57	204	202	1	3,6
	1986	56	214	212	2	3,8
	1987	55	202	200	2	3,7
	1988	55	202	200	1	3,7
	1989	54	207	206	1	3,8
	1990	58	228	225	2	3,9
	1991*)	71	327	325	2	4,6
Sprach- und Kulturwissenschaft	1984	126	307	240	67	2,4
	1985	126	284	229	55	2,3
	1986	124	290	236	54	2,3
	1987	118	225	206	18	1,9
	1988	118	218	205	13	1,8
	1989	123	221	210	11	1,8
	1990	122	222	211	11	1,8
	1991*)	133	254	235	19	1,9
insgesamt	1984	1 268	5 661	5 275	386	4,5
	1985	1 281	5 888	5 461	426	4,6
	1986	1 308	5 938	5 396	542	4,5
	1987	1 343	6 025	5 467	557	4,5
	1988	1 370	6 258	5 663	595	4,6
	1989	1 402	6 477	5 864	613	4,6
	1990	1 446	6 595	5 911	685	4,6
	1991*)	1 713	8 955	7 214	1 742	5,2

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.

Tabelle B 50:

Auflagen der anderen Fachzeitschriften nach Sparten 1984 bis 1991

andere Fachzeitschriften	Jahr	Anzahl am 31. 12.	verkaufte Auflage im IV. Quartal in Tsd. Exemplaren			
			insgesamt	Abonnement	Einzel-verkauf	Sparten-durchschnitt
Bildung und Erziehung	1984	235	2717	2674	43	11,6
	1985	239	2820	2765	55	11,8
	1986	235	2847	2799	48	12,1
	1987	249	2870	2817	53	11,5
	1988	243	2887	2846	40	11,9
	1989	242	2863	2807	56	11,8
	1990	265	3783	3680	102	14,3
	1991*)	329	4340	4154	186	13,2
Industrie und Handwerk	1984	447	4102	3926	176	9,2
	1985	464	4082	3912	170	8,8
	1986	479	4173	3996	178	8,7
	1987	500	4529	4339	190	9,1
	1988	511	4604	4402	202	9,0
	1989	531	4595	4381	214	8,7
	1990	549	5118	4876	242	9,3
	1991*)	562	4274	3919	355	7,6
Landwirtschaft Ernährung, Gartenbau	1984	153	2442	2301	140	16,0
	1985	165	2689	2516	173	16,3
	1986	164	2667	2489	178	16,3
	1987	175	2804	2628	176	16,0
	1988	173	2657	2478	179	15,4
	1989	165	2601	2436	164	15,8
	1990	168	2704	2504	201	16,1
	1991*)	164	2464	2284	181	15,0
Handel und Dienstleistungen	1984	515	6683	6364	319	13,0
	1985	527	6386	6094	292	12,1
	1986	533	6510	6131	379	12,2
	1987	601	7223	6397	827	12,0
	1988	606	7139	6283	856	11,8
	1989	616	6965	6066	900	11,3
	1990	629	7519	6343	1177	12,0
	1991*)	589	6537	5327	1210	11,1
Gesundheitswesen	1984	123	17491	17419	72	142,2
	1985	132	18228	18121	107	138,1
	1986	137	20499	20423	76	149,6
	1987	153	19718	19676	42	128,9
	1988	158	21468	21370	97	135,9
	1989	168	22739	22654	85	135,4
	1990	188	25835	25647	189	137,4
	1991*)	189	10667	10441	225	56,4
öffentliche Verwaltung	1984	121	2477	2462	15	20,5
	1985	124	2631	2594	37	21,2
	1986	121	2627	2581	45	21,7
	1987	125	2748	2700	48	22,0
	1988	134	2762	2675	87	20,6
	1989	128	2560	2505	55	20,0
	1990	133	2720	2661	59	20,5
	1991*)	143	2150	1950	200	15,0
sonstige	1984	21	354	200	154	16,9
	1985	22	465	299	166	21,1
	1986	21	415	250	165	19,8
	1987	22	413	247	165	18,8
	1988	20	411	246	165	20,5
	1989	19	231	208	23	12,2
	1990	22	340	146	194	15,5
	1991*)	31	354	191	163	11,4
insgesamt	1984	1615	36266	35346	920	22,5
	1985	1673	37300	36301	1000	22,3
	1986	1690	39738	38668	1069	23,5
	1987	1825	40305	38804	1501	22,1
	1988	1845	41927	40301	1626	22,7
	1989	1869	42554	41058	1496	22,8
	1990	1954	48020	45856	2164	24,6
	1991*)	2007	30785	28265	2520	15,3

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik.

Tabelle B 51:

Zuwachs im Bereich Fachzeitschriften 1991 gegenüber 1983 — in % —

	Fachzeitschriften		
	davon mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt	andere	insgesamt
Anzahl	31,3	23,3	26,8
verbreitete Auflage	63,1	77,1	74,7
verkaufte Auflage	56,6	./. 11,7	./. 2,3
abgegebene Auflage	77,5	724,2	501,1
Umsatz insgesamt	102,0	62,6	76,1
davon:			
○ Vertriebsumsatz	94,3	50,9	68,8
○ Anzeigenumsatz	110,3	70,1	81,7

Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressestatistik sowie eigene Berechnungen.

Exemplare erzielten 1991 bei den medizinischen (47,2 %), den agrar-, forst- und ernährungswissenschaftlichen (40,1 %) und den ingenieurwissenschaftlichen Fachzeitschriften (37,2 %) über dem Gruppendurchschnitt von 33,2 % (neue Bundesländer: 7,16 %) liegende Anteile an der verbreiteten Auflage.

Die verbreitete Auflage der anderen Fachzeitschriften betrug mit durchschnittlich 34 816 Exemplaren mehr als das Vierfache der wissenschaftlichen Fachzeitschriften (zum Verhältnis der Verkaufsauflagen siehe Tabelle B 36). Besonders hohe Anteile der unentgeltlich abgegebenen Exemplare an der verbreiteten Auflage ergaben sich wiederum bei den Sparten „Industrie und Handwerk" (48,4 %) sowie „Handel und Dienstleistungen" (41,7 %); den prozentual höchsten Anteil (72,4 %) erreichte die Sparte „Gesundheitswesen".

Die Auflagengrößenklassen in den Gruppen der wissenschaftlichen und der anderen Fachzeitschriften sind Tabelle B 53, S. 125 f., zu entnehmen.

Bemerkenswerte Konzentrationsbewegungen waren in der Fachpresse nicht zu verzeichnen. Gegen die Untersagung von Zusammenschlüssen sprachen insbesondere die als relativ niedrig eingeschätzten Marktzutrittsschranken und der starke Einfluß des potentiellen Wettbewerbs auf das Anbieterverhalten.[62])

Die Fachzeitschriften sind von ihren Anfängen her der zielgruppenbezogenen Publizistik zuzuordnen. Dieses Merkmal unterscheidet sie von Quellen der Fachinformation, die wie das Kollegengespräch, der Bibliotheksbesuch oder die Datenbankrecherche sich in jedem Einzelfall nur mittels bilateralen Informationsaustausches erschließen lassen und deshalb der Individualkommunikation zuzuordnen sind. Da Datenbanken großenteils von Medienunternehmen, etwa von Presseverlagen oder Nachrichtenagenturen, betrieben und die Individual- und die Massenkommunikation zunehmend infrastrukturell vernetzt werden, wird nachrichtlich darauf hingewiesen, daß insbesondere nach dem — allerdings schwer einzuschätzenden — Ergebnis brancheninterner Umfragen die wirtschaftliche Bedeutung der Datenbanken, der elektronischen Informationsdienste, beträchtlich zugenommen hat: Der Umsatz stieg trotz ungünstiger Konjunktur von über 700 Mio. DM in 1989 auf 1,1 Mrd. DM[63]) in 1993, wobei der Anteil des sog. Offline-Geschäftes rascher wuchs als der des dominierenden Online-Geschäftes (von 6,2 % auf 17,7 %).[64])

3.2.6 Konfessionelle Presse

Die konfessionelle Presse wendet sich in erster Linie an die Angehörigen der christlichen Glaubensgemeinschaften. Sie informiert über das Geschehen im Bereich der Kirchen, arbeitet kirchliche Stellungnahmen und christliche Aktivitäten zu aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen auf und bietet ein breites Forum von Meinungen zum Zeitgeschehen an.

Zur evangelischen Zeitschriftenpresse gehören Wochen-, Monats- und Vierteljahreszeitschriften. Hinsichtlich ihrer äußeren Struktur und des inhaltlichen Angebotes sind folgende Gruppen zu unterscheiden: die Kirchengebietspresse (Wochenzeitschriften, die jeweils im Gebiet einer Landeskirche herausgegeben werden), religiöse Kulturzeitschriften, katechetisch-pädagogische Zeitschriften, theologische Kultur- und Fachzeitschriften, Kinder- und Jugendzeitschriften, Diakonie-, Missions-, Mitarbeiter-, Verbandszeitschriften und Gemeindebriefe. Die Gemeindebriefe bilden die evangelische Basispublizistik.

Bei der katholischen Presse ist typologisch zu differenzieren zwischen Bistumszeitungen, Wochenzeitschriften, Magazinen, Missions- und Ordenszeit-

[62]) Vgl. Kapitel D.V.1.1.3.

[63]) In stark gerundeten Zahlen wiedergegeben.

[64]) Siehe Willi Bredemeier/Verlagsgruppe „Handelsblatt": Vortrag, gehalten am 5. Mai 1994 auf dem Kongreß Deutsche Fachpresse 1994 in Wiesbaden.

Tabelle B 52:

Erscheinensweise der Fachzeitschriften 1984 bis 1991

Jahr	Erscheinensweise	wissenschaftliche Fachzeitschriften		andere Fachzeitschriften	
		Anzahl	%	Anzahl	%
1984	vierteljährlich	380	30,0	223	13,8
	6 bis 8 × jährlich	305	24,1	255	15,8
	monatlich	453	35,7	858	53,1
	14täglich/halbmonatlich	80	6,3	147	9,1
	wöchentlich	42	3,3	109	6,7
	2 × wöchentlich und öfter	8	0,6	23	1,4
	insgesamt	1 268	100,0	1 615	100,0
1985	vierteljährlich	382	29,8	230	13,7
	6 bis 8 × jährlich	324	25,3	280	16,7
	monatlich	441	34,4	885	52,9
	14täglich/halbmonatlich	81	6,3	146	8,7
	wöchentlich	46	3,6	110	6,6
	2 × wöchentlich und öfter	7	0,5	22	1,3
	insgesamt	1 281	100,0	1 673	100,0
1986	vierteljährlich	380	29,1	244	14,4
	6 bis 8 × jährlich	346	26,5	281	16,6
	monatlich	443	33,9	891	52,7
	14täglich/halbmonatlich	81	6,2	140	8,3
	wöchentlich	50	3,8	113	6,7
	2 × wöchentlich und öfter	8	0,6	21	1,2
	insgesamt	1 308	100,0	1 690	100,0
1987	vierteljährlich	403	30,0	276	15,1
	6 bis 8 × jährlich	348	25,9	315	17,3
	monatlich	449	33,4	949	52,0
	14täglich/halbmonatlich	85	6,3	150	8,2
	wöchentlich	50	3,7	112	6,1
	2 × wöchentlich und öfter	8	0,6	23	1,3
	insgesamt	1 343	100,0	1 825	100,0
1988	vierteljährlich	430	31,4	280	15,2
	6 bis 8 × jährlich	333	24,3	337	18,3
	monatlich	466	34,0	946	51,3
	14täglich/halbmonatlich	81	5,9	145	7,9
	wöchentlich	51	3,7	115	6,2
	2 × wöchentlich und öfter	9	0,7	22	1,2
	insgesamt	1 370	100,0	1 845	100,0
1989	vierteljährlich	426	30,4	304	16,3
	6 bis 8 × jährlich	367	26,2	342	18,3
	monatlich	464	33,1	941	50,3
	14täglich/halbmonatlich	81	5,8	146	7,8
	wöchentlich	54	3,9	113	6,0
	2 × wöchentlich und öfter	10	0,7	23	1,2
	insgesamt	1 402	100,0	1 869	100,0
1990	vierteljährlich	448	31,0	323	16,5
	6 bis 8 × jährlich	343	23,7	349	17,9
	monatlich	503	34,8	994	50,9
	14täglich/halbmonatlich	90	6,2	147	7,5
	wöchentlich	52	3,6	118	6,0
	2 × wöchentlich und öfter	10	0,7	23	1,2
	insgesamt	1 446	100,0	1 954	100,0
1991*)	vierteljährlich	503	29,4	347	17,3
	6 bis 8 × jährlich	400	23,4	396	19,7
	monatlich	615	35,9	992	49,4
	14täglich/halbmonatlich	112	6,5	137	6,8
	wöchentlich	73	4,3	113	5,6
	2 × wöchentlich und öfter	10	0,6	22	1,1
	insgesamt	1 713	100,0	2 007	100,0

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Rundungsdifferenzen nicht bereinigt.
Quelle: Pressestatistik.

Tabelle B 53:

Fachzeitschriften 1984 bis 1991 nach Auflagengrößenklassen

Jahr	Auflagengrößenklasse von ... bis unter ... Stück	wissenschaftliche Fachzeitschriften		andere Fachzeitschriften	
		Anzahl	%	Anzahl	%
1984	1. unter 1 500	605	47,7	245	15,2
	2. 1 500 bis 2 500	144	11,4	176	10,9
	3. 2 500 bis 5 000	195	15,4	299	18,5
	4. 5 000 bis 10 000	160	12,6	360	22,3
	5. 10 000 bis 25 000	91	7,2	333	20,6
	6. 25 000 bis 50 000	52	4,1	114	7,1
	7. 50 000 bis 125 000	16	1,3	59	3,7
	8. 125 000 bis 250 000	3	0,2	9	0,6
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	12	0,7
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	8	0,5
	insgesamt	1 268	100,0	1 615	100,0
1985	1. unter 1 500	617	48,2	259	15,5
	2. 1 500 bis 2 500	153	11,9	178	10,6
	3. 2 500 bis 5 000	187	14,6	301	18,0
	4. 5 000 bis 10 000	148	11,6	386	23,1
	5. 10 000 bis 25 000	102	8,0	343	20,5
	6. 25 000 bis 50 000	53	4,1	114	6,8
	7. 50 000 bis 125 000	15	1,2	59	3,5
	8. 125 000 bis 250 000	4	0,3	14	0,8
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	12	0,7
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	7	0,4
	insgesamt	1 281	100,0	1 673	100,0
1986	1. unter 1 500	615	47,0	252	14,9
	2. 1 500 bis 2 500	159	12,2	180	10,7
	3. 2 500 bis 5 000	198	15,1	298	17,6
	4. 5 000 bis 10 000	148	11,3	394	23,3
	5. 10 000 bis 25 000	116	8,9	347	20,5
	6. 25 000 bis 50 000	50	3,8	119	7,0
	7. 50 000 bis 125 000	16	1,2	64	3,8
	8. 125 000 bis 250 000	4	0,3	18	1,1
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	11	0,7
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	7	0,4
	insgesamt	1 308	100,0	1 690	100,0
1987	1. unter 1 500	632	47,1	257	14,1
	2. 1 500 bis 2 500	162	12,1	191	10,5
	3. 2 500 bis 5 000	207	15,4	361	19,8
	4. 5 000 bis 10 000	151	11,2	387	21,2
	5. 10 000 bis 25 000	119	8,9	385	21,1
	6. 25 000 bis 50 000	50	3,7	134	7,3
	7. 50 000 bis 125 000	16	1,2	76	4,2
	8. 125 000 bis 250 000	4	0,3	17	0,9
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	11	0,6
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	6	0,3
	insgesamt	1 343	100,0	1 825	100,0
1988	1. unter 1 500	647	47,2	274	14,9
	2. 1 500 bis 2 500	153	11,2	187	10,1
	3. 2 500 bis 5 000	208	15,2	333	18,0
	4. 5 000 bis 10 000	164	12,0	399	21,6
	5. 10 000 bis 25 000	125	9,1	400	21,7
	6. 25 000 bis 50 000	51	3,7	135	7,3
	7. 50 000 bis 125 000	16	1,2	84	4,6
	8. 125 000 bis 250 000	4	0,3	16	0,9
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	11	0,6
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	6	0,3
	insgesamt	1 370	100,0	1 845	100,0

Fortsetzung Tabelle B 53:

Jahr	Auflagengrößenklasse von ... bis unter ... Stück	wissenschaftliche Fachzeitschriften		andere Fachzeitschriften	
		Anzahl	%	Anzahl	%
1989	1. unter 1 500	669	47,7	266	14,2
	2. 1 500 bis 2 500	151	10,8	177	9,5
	3. 2 500 bis 5 000	225	16,0	343	18,4
	4. 5 000 bis 10 000	162	11,6	416	22,3
	5. 10 000 bis 25 000	121	8,6	414	22,2
	6. 25 000 bis 50 000	52	3,7	132	7,1
	7. 50 000 bis 125 000	16	1,1	83	4,4
	8. 125 000 bis 250 000	4	0,3	19	1,0
	9. 250 000 bis 500 000	1	0,1	12	0,6
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	7	0,4
	insgesamt	1 402	100,0	1 869	100,0
1990	1. unter 1 500	673	46,5	286	14,6
	2. 1 500 bis 2 500	148	10,2	163	8,3
	3. 2 500 bis 5 000	235	16,3	351	18,0
	4. 5 000 bis 10 000	178	12,3	422	21,6
	5. 10 000 bis 25 000	132	9,1	440	22,5
	6. 25 000 bis 50 000	56	3,9	157	8,0
	7. 50 000 bis 125 000	18	1,2	96	4,9
	8. 125 000 bis 250 000	3	0,2	18	0,9
	9. 250 000 bis 500 000	2	0,1	11	0,6
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	10	0,5
	insgesamt	1 446	100,0	1 954	100,0
1991*)	1. unter 1 500	792	46,2	283	14,1
	2. 1 500 bis 2 500	192	11,2	157	7,8
	3. 2 500 bis 5 000	238	13,9	366	18,2
	4. 5 000 bis 10 000	207	12,1	447	22,3
	5. 10 000 bis 25 000	171	10,0	448	22,3
	6. 25 000 bis 50 000	70	4,1	167	8,3
	7. 50 000 bis 125 000	36	2,1	95	4,7
	8. 125 000 bis 250 000	3	0,2	22	1,1
	9. 250 000 bis 500 000	3	0,2	10	0,5
	10. 500 000 und mehr	1	0,1	12	0,6
	insgesamt	1 713	100,0	2 007	100,0

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Rundungsdifferenzen nicht bereinigt.
Quelle: Pressestatistik.

schriften, Frauen-, Jugend-, Verbands-, Kultur- und Fachzeitschriften. Wie die evangelischen Gemeindebriefe fungieren die katholischen Pfarrbriefe als Informationsmedium im unmittelbaren kirchlichen Nahbereich, in der Gemeinde.

Für das Jahr 1991 nennt die amtliche Pressestatistik für das gesamte Bundesgebiet 347 konfessionelle Zeitschriften mit einer verbreiteten Gesamtauflage von 7,58 Mio. Stück. In den neuen Bundesländern (einschl. Berlin-Ost) erschienen 1991 insgesamt neun konfessionelle Zeitschriften in einer verbreiteten Auflage von 232 000 Exemplaren. Die Verkaufsauflage betrug 1991 für die konfessionelle Presse des gesamten Bundesgebiets 6,61 Mio., die Zahl der unentgeltlich abgegebenen Exemplare belief sich auf 965 000. Nach den Erhebungen der zwei konfessionellen Fachverbände, der Arbeitsgemeinschaft katholische Presse (AKP) und des Gemeinschaftswerks der evangelischen Publizistik (GEP), war die Auflage der konfessionellen Presse insgesamt in allen Jahren jedoch deutlich höher, da insbesondere Titel, die nicht gewerblich verlegt werden, in der Pressestatistik nicht erfasst werden. Der AKP, in der die überwiegende Mehrheit der katholischen Pressemedien organisiert ist, gehörten 1993 nach eigenen Angaben Unternehmen mit 144 Zeitschriften- und Zeitungstiteln an. Die Gesamtauflage der in der AKP zusammengeschlossenen Titel betrug im vierten Quartal 1992 8,5 Mio. Stück. Das GEP beziffert die Auflage für die evangelischen Kirchengebietsblätter auf wöchentlich rd. 750 000 Exemplare. AKP und GEP arbeiten mit konfessionellen Verlagen in der Fachgruppe Konfessionelle Presse im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) zusammen.

In den Jahren 1984 bis 1990 veränderte sich die Zahl der konfessionellen Blätter in den alten Bundeslän-

dern nur geringfügig: Abgesehen von 1986 (301) und 1987 (326) erschienen im genannten Zeitraum zwischen 1984 und 1990 pro Jahr zwischen 313 und 318 Titel (siehe Tabelle B 36). Gleichzeitig jedoch ging die Höhe der Auflage im genannten Zeitraum kontinuierlich von 8,9 Mio. auf 7,5 Mio. zurück — sieht man von einem kurzfristigen Anstieg im Jahre 1987 ab.

Bedingt durch den weitgehenden Verlust ihrer Funktion als nahezu einzige Foren kritischer Publizistik mußten die fünf Kirchengebietsblätter in der DDR nach der Wende Auflagenrückgänge bis zu 25 % hinnehmen. Der Potsdamer Titel wurde mit dem in Berlin erscheinenden evangelischen Wochenblatt vereinigt. In der Diözese Berlin kam es zum Zusammenschluß des Ostberliner „St.-Hedwigs-Blattes" mit dem „Petrusblatt" (Westberlin). Für alle anderen Diözesen in den neuen Bundesländern gibt der Benno-Verlag ein gemeinsames Bistumsblatt heraus („Tag des Herrn").

Der Absatz der konfessionellen Presse erfolgte 1991 nach amtlichen Angaben zu rd. 97 % über das Abonnement, nur 2,8 % wurden im Einzelverkauf vertrieben. Der Vertriebserlös machte im selben Jahr 89 % des Gesamtumsatzes der konfessionellen Blätter aus und überstieg damit den Erlös aus Anzeigen bei weitem (siehe Tabelle B 38); der Anzeigenteil pro Tausend Seiten eines Jahrgangs ist mit 8,6 % gegenüber durchschnittlich ca. 30 % für die gesamte Zeitschriftenpresse vergleichsweise klein. Im Bereich der evangelischen Presse besteht bis auf wenige Ausnahmen ein erheblicher finanzieller Zuschußbedarf seitens der Landeskirchen, der EKD oder kirchlicher Einrichtungen. Auch katholische Blätter sind auf Subventionen von seiten der Diözesen, Orden oder Verbände angewiesen.

42 konfessionelle Zeitschriften (katholische Bistums- und Sonntagszeitungen sowie evangelische Kirchengebietsblätter) sind in einer Anzeigengemeinschaft (Konpress eG) zusammengeschlossen. Diese akquiriert für alle assoziierten Zeitungen und Zeitschriften die Markenartikel-Werbung; das lokale Anzeigengeschäft dagegen wird von den Verlagen selbst wahrgenommen. Die Konpress-Titel besaßen 1993/94 nach Angaben der Media-Analyse (MA) der Arbeitsgemeinschaft der Media-Analyse (AG.MA), Frankfurt/Main, eine Reichweite von 6,5 %, was einer Leserschaft von 4,08 Mio. Personen entspricht.

3.3 Bestandsentwicklung der Periodika in „Die Deutsche Bibliothek"

Mit der Vereinigung der beiden deutschen Staaten sind die Deutsche Bücherei in Leipzig und die Deutsche Bibliothek in Frankfurt/Main unter Beibehaltung ihrer Standorte 1990 zu einer gemeinsamen Bundesanstalt mit dem Namen „Die Deutsche Bibliothek" zusammengeführt worden. Grundlage dieser Zusammenführung ist der Einigungsvertrag vom 31. August 1990[65]), in dem u. a. festgelegt ist, daß von jedem Druckwerk, das in Deutschland verlegt oder, soweit es sich um Tonträger handelt, hergestellt wird, ein Stück (Pflichtstück) an die Deutsche Bibliothek und die Deutsche Bücherei abzuliefern ist.

„Die Deutsche Bibliothek" ist die zentrale Archivbibliothek und das nationalbibliographische Zentrum der Bundesrepublik Deutschland. Sie hat die Aufgabe, die ab 1913 in Deutschland verlegten Druckwerke und hergestellten Tonträger, die ab 1913 im Ausland verlegten deutschsprachigen Druckwerke, die Übersetzungen deutscher Druckwerke in andere Sprachen und die fremdsprachigen Druckwerke über Deutschland zu sammeln, zu inventarisieren und bibliographisch zu verzeichnen. Der inventarisierte Bestand von „Die Deutsche Bibliothek" betrug am 31. Dezember 1992 insgesamt rd. 12,5 Mio. physische Einheiten (Deutsche Bücherei, Leipzig = 7,23 Mio. Einheiten; Deutsche Bibliothek, Frankfurt = 5,32 Mio. Einheiten). Der Anteil an Periodika im Gesamtbestand beträgt in physischen Einheiten (i. d. R. Buchbinderbände) rd. 17 % (Deutsche Bücherei, Leipzig = 20,2 %, Deutsche Bibliothek, Frankfurt = 14,2 %).

Der inventarisierte Zugang aller Sammelgebiete einschließlich der Periodika beruhte 1992 in beiden Bibliotheken auf folgenden Erwerbungsquellen und Herkunftsgebieten:

Erwerbsquellen	Deutsche Bücherei, Leipzig	Deutsche Bibliothek, Frankfurt/Main
Pflichtablieferung	ca. 72 %	ca. 84 %
Geschenk/Tausch	ca. 22 %	ca. 4 %
Kauf	ca. 6 %	ca. 12 %
Herkunftsgebiete		
Deutschland	ca. 78 %	ca. 95 %
Österreich	ca. 4 %	ca. 1 %
Schweiz	ca. 4 %	ca. 1 %
sonstiges Ausland	ca. 14 %	ca. 3 %

Die Statistik der laufenden Periodika von „Die Deutsche Bibliothek" 1985 bis 1992 zeigt, daß 1992 die Bestände der beiden Bibliotheken mit jeweils mehr als 60 000 Titeln im Gegensatz zu den vorangegangenen Jahren annähernd gleich sind. Die ab 1987 einsetzende Angleichung der Titelzahlen in der Deutschen Bücherei an die der Deutschen Bibliothek ist eine Folge der starken Unterstützung durch die Deutsche Bibliothek sowie des Kulturabkommens mit der DDR vom Mai 1986. Danach hatten die westdeutschen Verlage die freiwillige Verpflichtung übernommen, unaufgefordert Belegexemplare ihrer Veröffentlichungen an die Deutsche Bücherei zu senden.

4 Buchmarkt

4.1 Organisation des Buchhandels

Im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG umfaßt der Begriff „Presse" auch das Buch.

Der Buchmarkt wird traditionell in den herstellenden Buchhandel (Verlage), den verbreitenden Buchhandel (Sortimenter und andere Einzelhändler) und den Zwischenbuchhandel (Kommissionäre, Barsortimen-

[65]) BGBl. II, S. 885.

Tabelle B 54:

Titelproduktion 1983 bis 1992

Jahr	Titel insgesamt	Erstauflage	Neuauflage	Erstauflage : Neuauflage
1983	60598	47980	12618	79 : 21
1984	51733	39978	11755	77 : 23
1985	57623	45000	12623	78 : 22
1986	63679	50219	13460	79 : 21
1987	65680	48366	17314	74 : 26
1988	68611	50786	17825	74 : 26
1989	65980	48370	17610	73 : 27
1990	61015	44779	16236	73 : 27
1991*)	67890	48879	19011	72 : 28
1992*)	67277	48836	18441	73 : 27

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1993. Frankfurt/Main 1993, S. 44.

ter, Grossisten) aufgeteilt. Ganz überwiegend gehören die Unternehmen des Buchhandels dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels und/oder einem buchhändlerischen Landesverband an. Eine Übersicht über den Mitgliederstand des Börsenvereins bzw. der Landesverbände (ohne Doppelmitgliedschaften) am 30. April 1993 vermittelt erste Anhaltspunkte zur Grobstruktur des Buchhandels:

herstellender Buchhandel:
(ohne Verlagsvertreter: 74) 2 240
verbreitender Buchhandel: 4 599
Zwischenbuchhandel: 77

Außerhalb dieses Blickfeldes bleiben allerdings Mischformen, die über einen der vorerwähnten Funktionsbereiche hinausreichen, insbesondere die Buchgemeinschaften. Unternehmerische Betätigungsfelder bzw. Branchenabgrenzungen sowie die Vielfalt der unmittelbar im Buchhandel mitwirkenden Wirtschaftsbereiche spiegeln sich auch wider in Besonderheiten der Verbandsorganisation. Eine (dem Adreßbuch für den deutschsprachigen Buchhandel 1993/94 entnommene) Zusammenstellung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels[66]) über Verbände, deren Mitglieder größtenteils auch ihm angehören, veranschaulicht die Breite des Spektrums:

Anzahl der angeschlossenen Unternehmen
Verband Deutscher Antiquare e. V. 131
Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler e. V. 90
Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V. 66
Verband Deutscher Bühnenverleger e. V. 66
Vereinigung Evangelischer Buchhändler e. V. 219
Verband Katholischer Verleger und Buchhändler e. V. 208
Deutscher Leihbuchhändler Verband e. V. 10
Verband Deutscher Lesezirkel e. V. 151
Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e. V. 328
Deutscher Musikverleger-Verband e. V. 355
Verband der Schulbuchverlage e. V. 61
Bundesverband der Deutschen Versandbücher e. V. 163
Bundesverband des werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels e. V. 110
Arbeitsgemeinschaft Wissenschaftlicher Sortimentsbuchhandlungen 128
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. 329

4.2 Struktur des Buchverlagswesens

Die Anzahl der lieferbaren Titel von Büchern in deutscher Sprache bewegte sich in den letzten Jahren in einer Größenordnung von über 500000 Titeln (1978 bis 1984: rd. 400000):

Der Anteil der Belletristik, des mit Abstand größten Sachgebietes, an der Gesamttitelproduktion betrug 1992 15,6 %, 1991 14,5 %. Gegenüber dem Jahre 1984 ist allerdings der Anteil der Belletristik um ca. 3 Prozentpunkte zurückgegangen. Im Vergleich dazu sind die Anteile einiger Sachbuchbereiche und Wissenschaftsgebiete angestiegen.

Der Umfang der jährlichen Titelproduktion schwankte in den Jahren 1984 bis 1988 zwischen 51733 und 68611; 1991 erreichte sie im vereinten Deutschland 67890 und ging im Folgejahr auf 67277 zurück (siehe Tabelle B 54). Die Titelproduktion ist auch 1992 die drittgrößte der Welt (nach den Ländern der ehemaligen Sowjetunion und den USA) gewesen.

Die Zahl der als Buchverleger tätigen Unternehmen ist, gemessen an den Eintragungen im Branchenadreßbuch, im Berichtszeitraum zurückgegangen. Das Adreßbuch für den deutschsprachigen Buchhandel in der Ausgabe 1992/1993 weist für den Stichtag 30. April 1992 insgesamt 2091 Firmen aus, die sich mit der Herstellung von Verlagserzeugnissen befassen (davon 1985 in den alten Bundesländern, 106 in

[66]) Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1993. Frankfurt/Main 1993, S. 18.

den neuen Bundesländern). 1977/78 waren noch 2267 Firmen aufgeführt.

Für die Unternehmen des herstellenden Buchhandels (Buchverlage inkl. Adreßbuchverlage) ergibt sich nach der amtlichen Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 1990 ein Umsatz von 9,7 Mrd. DM (1982: 5,8 Mrd. DM), erzielt durch 1878 Verlagsunternehmen. Von den Steuerpflichtigen im Bereich Buchverlage lagen 1990 rd. 41,8 % unterhalb der Umsatzgrenze von 250000 DM, 24 % hatten einen Umsatzdurchschnitt von 250000 bis 1000000 DM. 35 % erwirtschafteten einen Umsatz von mehr als 1000000 DM. Eine Übersicht über die verschiedenen Umsatzgrößenklassen liefert Tabelle B 55.

Tabelle B 55:

Steuerpflichtige Buchverlage[1]) und steuerbarer Umsatz der Buchverlage[1]) (inkl. Adreßbücher) nach Umsatzgrößenklassen 1990 — in Tsd. DM —

Umsatzgrößenklasse[2]) von ... bis unter ... DM	Anzahl	Umsätze
1. 25000 bis 50000	184	6764
2. 50000 bis 100000	254	18190
3. 100000 bis 250000	339	55741
4. 250000 bis 500000	237	85474
5. 500000 bis 1 Mio.	213	149144
6. 1 Mio. bis 2 Mio.	195	281343
7. 2 Mio. bis 5 Mio.	183	569081
8. 5 Mio. bis 10 Mio.	96	681094
9. 10 Mio. bis 25 Mio.	87	1327490
10. 25 Mio. bis 50 Mio.	53	1830351
11. 50 Mio. bis 100 Mio.	22	1639296
12. 100 Mio. und mehr	15	2998143
insgesamt	1878	9669110

[1]) Ohne Unternehmen mit Umsätzen unter 25000 DM.
[2]) Ohne MWSt.
Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 25.

Den Schwerpunkt bei den Unternehmen des herstellenden Buchhandels bilden auch weiterhin der Zahl nach die Klein- und Mittelbetriebe. Diese konnten sich im Berichtszeitraum relativ gut behaupten; allerdings waren auch Konzentrationsvorgänge zu verzeichnen.

4.3 Verbreitender Buchhandel

Der Gesamtumsatz im Buchhandel belief sich 1992 auf 14,8 Mrd. DM und lag damit um 4 % über dem Wert des Vorjahres (siehe Tabelle B 56). Von 1990 auf 1991 ergab sich dagegen eine Steigerungsrate von 12 %. Diese Steigerung ist allerdings durch die erstmalige Erfassung von Umsätzen aus den neuen Bundesländern beeinflußt. Auf Bücher entfiel ein Umsatz von 13,4 Mrd. DM (90,2 %), auf Fachschriften und wissenschaftliche Zeitschriften ein Umsatz von 1,5 Mrd. DM (9,8 %).

Von 1982 bis 1992 erhöhten sich nach Erhebungen des Kölner Instituts für Handelsforschung (Kölner Betriebsvergleich) die Umsätze des verbreitenden Buchhandels prozentual deutlich stärker als die des gesamten branchenübergreifenden Facheinzelhandels (siehe Tabelle B 57). Wie sich brancheninternen Schätzungen zufolge die Buchhandelsumsätze der wichtigsten Vertriebswege und Warengruppen entwickelten, ist für die Jahre 1987 bis 1991 der Tabelle B 56 sowie für 1982 bis 1984 der Tabelle 42 des Medienberichtes 1985 zu entnehmen.[67])

Über den Hauptvertriebsweg, den Sortimentsbuchhandel, wurde 1992 zwar weiterhin weit mehr als die Hälfte, nämlich 61,2 %, der Umsätze abgewickelt. Aber seit 1987 hielt dieser Buchhandelszweig, der damals noch 63,9 % Umsatzanteil erwirtschaftete, mit der Entwicklung nicht mehr Schritt. Über dem Branchendurchschnitt liegende Umsatzzuwachsraten erzielten dagegen: der Reise- und Versandbuchhandel, der Direktvertrieb der Verlage sowie „sonstige Verkaufsstellen", obwohl sich das Bild im Wechsel von 1991 auf 1992 zu ändern scheint.

Die Umsatzsteuerstatistik 1990 erfaßt im Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften 4726 Unternehmen mit einem steuerbaren Umsatz von 5,55 Mrd. DM (siehe Tabelle B 58).

Dem stehen ein steuerbarer Umsatz der Buchverlage von 9,67 Mrd. DM (siehe Tabelle B 55) sowie die Umsatzschätzungen der Tabelle B 56 gegenüber, die allein für den Sortimentsbuchhandel 7,67 Mrd. DM Jahresumsatz ausweist. Die Unterschiede zwischen den Tabellen B 56 und 58 sind im wesentlichen darauf zurückzuführen, daß in der Umsatzsteuerstatistik nur die alten Bundesländer erfaßt wurden. Davon unabhängig dürfte die Umsatzsteuerstatistik jedoch ein in den Proportionen weitgehend zutreffendes Bild der Entwicklung der Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandelssektors vermitteln. Demnach haben Klein- und Mittelbetriebe trotz rückläufiger Entwicklung weiterhin beachtliches Gewicht. So erreichten 1990 rd. 36 % der erfaßten Unternehmen Umsätze bis 250000 DM (ca. 3,5 % des Gesamtumsatzes). 56,5 % der Unternehmen erzielten Umsätze bis zu 500000 DM (10 % des Gesamtumsatzes). Die (nominal) entsprechenden Zahlen für 1984 zeigen folgendes Bild: Ca. 41 % der Unternehmen erwirtschafteten Umsätze bis 250000 DM und damit 5,3 % des Gesamtumsatzes; ca. 62 % der Unternehmen in den Umsatzgrößenklassen bis 500000 DM erreichten einen Umsatzanteil von 13,2 %.

Die Buchgemeinschaften haben in den letzten Jahren Umsatzanteile verloren. Betrug ihr Anteil am Verkauf von Büchern und Fachzeitschriften im Jahre 1982 noch 7,2 %, so ging er im Jahre 1990 auf ca. 4 % zurück. Andererseits haben die Buchgemeinschaften ihre Verkaufsstellen größtenteils zu „Medienzentren" entwickelt. Sie erzielen wesentliche Teile ihres Umsatzes durch den Vertrieb von Ton- und Bildträgern.

[67]) Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 201.

Tabelle B 56:

Geschätzte Umsätze buchhändlerischer Betriebe zu Endverbraucherpreisen 1987 bis 1992

	1987		1988		1989		1990		1991		1992	
	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %	Mio. DM	Anteil in %
Vertriebsweg												
Sortimentsbuchhandel	6497	63,9	6783	63,5	7190	63,3	7666*)	60,2	8088	59,8	9078	61,2
sonstige Verkaufsstellen	880	8,7	968	9,1	1065	9,4	1189*)	9,3	1260	9,3	1397	9,4
Warenhäuser	530	5,2	555	5,2	595	5,2	630*)	4,9	660	4,9	733	5,0
Reise- und Versandbuchhandel	570	5,6	615	5,8	665	5,9	989**)	7,8	1088	8,1	949	6,4
Verlage direkt	1165	11,4	1235	11,6	1334	11,8	1758**)	13,8	1881	13,9	2009	13,5
Buchgemeinschaften	530	5,2	515	4,8	500	4,4	510*)	4,0	540	4,0	662	4,5
Zwischensumme	10172	100,0	10671	100,0	11349	100,0	12742	100,0	13517	100,0	14828	100,0
sonstige (insbesondere unbekannte Umsätze in den neuen Bundesländern)									741			
insgesamt	10172		10671		11349		12742		14258		14828	
Warengruppe												
Fachbuch/Wissenschaft	3554	34,9	3732	35,0	3977	35,0	4540**)	35,6	5320	37,3	5474	36,9
allgemeine Literatur	5536	54,7	5835	54,7	6185	54,5	6935**)	54,4	7574	53,1	7899	53,3
davon:												
o Taschenbuch	970	9,5	1008	9,4	1072	9,5	1206**)	9,5	1314	9,2	1339	9,0
o Belletristik/Sachbuch/Jugendbuch/Lexika/Kartographie/Sonstiges	3953	38,9	4147	38,9	4363	38,4	4899**)	38,4	5410	37,9	5670	38,2
o Restauflage	640	6,3	680	6,4	750	6,6	830**)	6,5	850	6,0	890	6,0
Bücher insgesamt	9117	89,6	9567	89,7	10162	89,5	11475	90,1	12894	90,4	13373	90,2
Vertriebserlöse und Fachwissenschaftliche Zeitschriften	1055	10,4	1104	10,3	1187	10,5	1267	9,9	1365	9,6	1455	9,8
insgesamt	10172	100,0	10671	100,0	11394	100,0	12742	100,0	14258	100,0	14828	100,0

*) Nur alte Bundesländer.
**) Umsätze der Betriebe aus den alten Bundesländern einschl. der in den neuen Bundesländern erwirtschafteten Umsätze.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 23.

Tabelle B 57:

Nominale Umsatzveränderung des Facheinzelhandels 1982 bis 1992 — in % des jeweiligen Vorjahres —

Branche	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992[1])
Eisenwaren- und Hausrathandel	+0,4	+2,5	−0,5	−1,0	+ 2,5	+2,6	+5,7	+4,6	+ 7,8	+ 8,0	+4
Lebensmitteleinzelhandel	+0,6	+0,1	−1,7	−1,0	+ 0,1	±0,0	+0,4	+3,0	+ 3,7	+ 2,1	+2
Möbeleinzelhandel	−4,9	+4,3	−1,2	−2,5	+ 4,9	+8,3	+7,6	+7,9	+ 7,6	+13,6	+9
Musikfachgeschäfte	−2,5	+1,4	−0,2	+6,0	+ 2,7	+3,6	+6,4	+4,7	+ 7,0	+ 2,2	+4
Radio- und Fernseheinzelhandel	+4,3	+2,3	−1,1	+0,4	+ 7,2	+5,1	+5,1	+4,0	+10,8	+ 0,2	−2
Sortimentsbuchhandel	+2,2	+4,6	+2,4	+5,8	+ 5,2	+5,7	+6,7	+5,9	+ 7,5	+ 7,9	+3
Sportartikeleinzelhandel	−0,8	+1,8	+3,2	+7,6	+11,0	+3,0	+0,4	+3,0	+10,0	+10,5	+2
Textileinzelhandel	−0,8	+3,1	+1,2	+2,5	+ 3,7	+2,2	+1,8	+1,9	+ 7,3	+ 5,7	+1
insgesamt	−0,1	+1,9	−0,2	+0,5	+ 2,7	+2,4	+2,7	+3,6	+ 6,6	+ 5,3	+3

[1]) Vorläufige Ergebnisse des Kölner Monatsbetriebsvergleichs.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1992 sowie 1993, S. 27.

Tabelle B 58:

Steuerpflichtige[1]) und steuerbarer Umsatz[1]) im Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften nach Umsatzgrößenklassen 1990 — in Tsd. DM —

Umsatzgrößenklasse[2]) von ... bis unter ... DM	Anzahl	Umsätze
1. 25 000 bis 50 000	316	11 816
2. 50 000 bis 100 000	497	36 404
3. 100 000 bis 250 000	865	146 699
4. 250 000 bis 500 000	993	363 374
5. 500 000 bis 1 Mio.	1 013	710 020
6. 1 Mio. bis 2 Mio.	550	765 931
7. 2 Mio. bis 5 Mio.	326	977 798
8. 5 Mio. bis 10 Mio.	100	674 328
9. 10 Mio. bis 25 Mio.	45	678 140
10. 25 Mio. und mehr	21	1 190 086
insgesamt	4 726	5 554 595

[1]) Ohne Unternehmen mit Umsätzen unter 25 000 DM.
[2]) Ohne MWSt.
Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 22 und 26.

4.4 Preisentwicklung

Brancheninternen Erhebungen zufolge bewegte sich die Preissteigerungsrate für Bücher zwischen 1985 und 1992 zwischen 3,5 und 4,9 % und lag im Schnitt bei ca. 4,2 %. Diese spezifischen Preissteigerungsraten lagen somit über der allgemeinen Teuerungsrate, die im gleichen Zeitraum bei 2,1 % lag.

Der Durchschnittspreis aller 1992 in Deutschland veröffentlichten Einzeltitel lag — nicht nach Auflagen gewichtet — bei 37,44 DM. Tabelle B 59 gibt einen Überblick über die Durchschnittspreise der Neuerscheinungen nach Sachgebieten und den durchschnittlichen Preis je Bogen. Aus Tabelle B 60 sind die Preisgruppenanteile in den Sachgebieten für das Jahr 1992 ersichtlich.

4.5 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels und mit Lizenzrechten

Der grenzüberschreitende Austausch von Gegenständen des Buchhandels, zu denen Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Bilderbücher, Noten sowie kartographische Erzeugnisse und Kalender zählen, erreichte im Jahr 1992 ein Volumen von 4,7 Mrd. DM, wobei das Volumen der Ausfuhr 3,2 Mrd. DM betrug, das Volumen der Einfuhr 1,46 Mrd. DM. Ein- und Ausfuhr mit Gegenständen des Buchhandels nach Erdteilen sind für das Jahr 1992 aus Tabelle B 61 abzulesen.

Seit 1982 ist, wie Tabelle B 62 deutlich macht, der Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels kontinuierlich angestiegen. Dabei lag der Wert der ausgeführten Bucherzeugnisse stets über dem Wert der Einfuhren.

1992 vergaben die an der Lizenzumfrage des Börsenvereins beteiligten Verlage insgesamt 2 748 Lizenzen in 53 Länder (1991: 3 183 Lizenzen in 46 Länder). 58 % dieser Lizenzen entfielen auf die Sprachen Englisch, Italienisch, Französisch, Spanisch, Niederländisch und Polnisch. Die französische Sprache fiel im Jahre 1991 hinter Englisch und Italienisch auf Rang drei und 1992 hinter diesen Sprachen und Spanisch auf Rang vier zurück. 1992 hat Italienisch Englisch vom ersten Rang abgelöst. Tabelle B 63 veranschaulicht die Lizenzvergabe ins Ausland nach Sprachen.

Etwa jeder siebte der im Inland verlegten 67 227 Titel wurde aus einer Fremdsprache übersetzt, davon mehr als zwei Drittel aus dem Englischen (Tabellen B 64 und 65).

Tabelle B 59:

Durchschnittspreise der Neuerscheinungen nach Sachgebieten 1992 — in DM —

Sachgebiet	durchschnittlicher Preis je Titel	durchschnittlicher Preis je Bogen[1])
DK 0: Allgemeines	21,14	2,46
DK 1: Philosophie, Psychologie	30,36	1,90
DK 2: Religion, Theologie	28,10	1,99
DK 3: Sozialwissenschaften	38,10	2,48
DK 5: Mathematik, Naturwissenschaften	108,05	4,63
DK 6: Angewandte Wissenschaften, Medizin, Technik	61,09	4,14
DK 7: Kunst, Kunstgewerbe, Photographie, Musik, Spiel, Sport	48,19	3,55
DK 8: Sprach- und Literaturwissenschaften, Belletristik	19,98	1,17
DK 9: Geographie, Geschichte	42,54	2,53
insgesamt	37,44	2,44

[1]) Preis der Titel durch 1/16 der entsprechenden Seitenzahl.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 66.

Die Zahl der Übersetzungen ist 1992 um 9,4 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, obwohl die gesamte Produktion leicht rückläufig war. Zuwächse verzeichneten die weitverbreiteten Sprachen, nämlich Französisch 12 %, Italienisch 3,4 %, Spanisch 2,4 %. Russisch hat mit 2,5 % Spanisch von Rang Vier abgelöst.

Tabelle B 60:

Preisgruppenanteile in den Sachgebieten 1992 — in % —

Sachgebiet	bis 5 DM	5 DM bis 10 DM	10 DM bis 15 DM	15 DM bis 25 DM	25 DM bis 50 DM	50 DM bis 100 DM	über 100 DM
DK 0: Allgemeines	8,5	35,4	16,4	25,5	9,7	2,2	2,3
DK 1: Philosophie, Psychologie	1,4	8,4	18,5	20,9	34,7	12,8	3,3
DK 2: Religion, Theologie	10,8	13,5	13,9	22,1	24,2	10,2	5,3
DK 3: Sozialwissenschaften	2,4	8,4	10,3	20,3	32,3	19,0	7,3
DK 5: Mathematik, Naturwissenschaften	0,6	3,0	3,2	13,7	30,0	32,7	16,8
DK 6: Angewandte Wissenschaften, Medizin, Technik	2,2	7,7	9,8	16,9	31,9	18,7	12,8
DK 7: Kunst, Kunstgewerbe, Photographie, Musik, Spiel, Sport	3,2	7,1	8,5	22,3	35,7	16,4	6,8
DK 8: Sprach- und Literaturwissenschaften, Belletristik	3,5	28,2	24,1	18,7	17,4	5,5	2,6
DK 9: Geographie, Geschichte	3,4	15,2	13,8	20,1	27,0	13,9	6,6
insgesamt	1,0	10,3	9,2	23,4	36,4	14,4	5,3

Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 68.

Tabelle B 61:

Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland mit Gegenständen des Buchhandels nach Erdteilen 1992 — in Tsd. DM —

	Europa	Afrika	Amerika	Asien	Australien	nicht ermittelte Länder	insgesamt
Einfuhr							
Bücher	711 820	402	131 538	86 200	599	17	930 576
Bilderbücher	16 010	—	836	3 313	—	—	20 159
Zeitungen	49 696	144	277	1 303	—	—	51 420
Zeitschriften	318 947	149	37 552	3 508	73	—	360 229
Noten	9 890	—	2 875	206	4	5	12 980
kartographische Erzeugnisse	32 201	79	1 461	551	73	—	34 365
Kalender	38 539	29	2 556	5 685	10	—	46 891
insgesamt	1 177 103	803	177 095	100 766	759	22	1 456 548
Ausfuhr							
Bücher	1 319 859	6 004	132 838	76 560	8 848	149	1 544 258
Bilderbücher	34 819	21	1 810	286	13	—	36 949
Zeitungen	131 514	93	311	257	2	—	132 177
Zeitschriften	1 264 586	6 180	72 063	23 922	5 545	10	1 372 306
Noten	10 148	—	1 397	1 624	79	—	13 248
kartographische Erzeugnisse	31 468	255	835	944	56	—	33 558
Kalender	71 379	547	5 934	5 016	520	—	83 396
insgesamt	2 863 773	13 100	215 188	108 609	15 063	159	3 215 892

Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 74.

Tabelle B 62:

Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland mit Gegenständen des Buchhandels 1982 bis 1992 — in Tsd. DM —

Jahr	Bücher	Zeitungen und Zeitschriften[1])	Bilderbücher	Noten	kartographische Erzeugnisse	insgesamt[2])
Einfuhr						
1982	441 003	182 445	8 913	6 311	15 629	654 301
1983	449 027	184 875	10 331	6 542	15 441	666 216
1984	490 687	224 971	10 872	6 722	16 383	749 635
1985	513 834	247 479	11 998	6 718	19 222	799 251
1986	503 314	242 414	11 238	6 765	16 243	779 974
1987	538 773	255 064	13 172	7 200	18 035	832 244
1988	574 827	337 028	21 616	9 791	21 177	964 439
1989	667 831	330 595	16 585	11 489	22 374	1 048 874
1990	748 933	376 588	17 396	10 881	28 026	1 181 824
1991*)	893 103	439 799	21 427	12 505	29 794	1 396 628
1992*)	930 576	411 649	20 159	12 980	34 365	1 409 729
Ausfuhr						
1982	774 677	802 411	11 887	4 297	11 290	1 604 562
1983	777 763	869 185	12 101	5 809	12 574	1 677 432
1984	874 271	940 024	13 642	6 288	18 680	1 852 905
1985	976 097	1 042 488	16 373	7 533	15 725	2 058 216
1986	1 022 072	1 159 132	26 745	7 990	19 551	2 235 490
1987	1 071 546	1 240 867	21 778	8 799	16 800	2 359 790
1988	1 161 846	1 329 389	26 450	9 004	20 062	2 546 751
1989	1 318 039	1 366 624	28 993	10 340	26 914	2 750 910
1990	1 373 590	1 419 761	33 460	11 171	23 303	2 861 285
1991*)	1 539 672	1 487 932	44 370	13 707	26 384	3 112 065
1992*)	1 544 258	1 504 483	36 949	13 248	33 558	3 132 469

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Zeitungen und Zeitschriften können erst seit 1988 getrennt ausgewiesen werden.
[2]) Um den Zeitreihenvergleich zu ermöglichen, wurden Kalender herausgerechnet.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 75.

Tabelle B 63:

Lizenzvergabe ins Ausland nach Sprachen 1992 — in % —

Sprachen	Anteil in %
Englisch	11,1
Französisch	9,1
Italienisch	13,2
Japanisch	5,1
Niederländisch	8,6
Polnisch	6,3
Spanisch	10,2
Tschechisch	4,4
Ungarisch	3,8
übrige Sprachen	28,2

Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 61.

Tabelle B 64:

Übersetzungen ins Deutsche 1983 bis 1992

Jahr	Übersetzungen	Anteil an der Gesamtproduktion in %
1983	6 534	10,8
1984	6 457	12,5
1985	5 102	10,6
1986	7 227	11,3
1987	9 325	14,2
1988	9 878	14,4
1989	7 388	11,2
1990	8 321	13,6
1991*)	9 557	14,1
1992*)	10 457	15,5

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 57.

Tabelle B 65:

Herkunftssprachen der Übersetzungen ins Deutsche 1992

Sprache	Anzahl der Übersetzungen	Anteil in %	Belletristik-Übersetzungen	Anteil in %
Englisch	7 204	68,9	3 283	69,8
Französisch	1 252	12,0	567	12,1
Italienisch	354	3,4	133	2,8
Russisch	260	2,5	113	2,4
Spanisch	250	2,4	154	3,3
Niederländisch	199	1,9	47	1,0
Schwedisch	156	1,5	50	1,1
Latein	95	0,9	12	0,3
Tschechisch	76	0,7	32	0,7
Dänisch	70	0,7	28	0,6
Polnisch	57	0,5	34	0,7
Japanisch	55	0,5	34	0,7
Portugiesisch	51	0,5	32	0,7
Norwegisch	45	0,4	20	0,4
Chinesisch	42	0,4	15	0,3
Arabisch	33	0,3	19	0,4
Altgriechisch	27	0,3	6	0,1
Ungarisch	27	0,3	9	0,2
Neugriechisch	22	0,2	14	0,3
Finnisch	21	0,2	7	0,1
Neuhebräisch	21	0,2	19	0,4
Türkisch	17	0,2	14	0,3
Althebräisch	13	0,1	2	0,0
Indisch (Dialekte)	11	0,1	3	0,1
übrige Sprachen[1])	99	0,9	54	1,2
insgesamt	10 457	100,0	4 701	100,0

[1]) Sprachen mit weniger als 10 Übersetzungen.
Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 60.

Tabelle B 66:

Übersetzungen ins Deutsche nach Sachgebieten 1992

Sachgebiet	Anzahl der Übersetzungen	Anteil an den Übersetzungen in %	Anteil an den Sachgebietstiteln in %
DK 0: Allgemeines	1 554	14,9	26,3
DK 1: Philosophie, Psychologie	856	8,2	27,3
DK 2: Religion, Theologie	487	4,7	13,5
DK 3: Sozialwissenschaften	521	5,0	3,5
DK 5: Mathematik, Naturwissenschaften	261	2,5	6,8
DK 6: Angewandte Wissenschaften, Medizin, Technik	640	6,1	7,3
DK 7: Kunst, Kunstgewerbe, Photographie, Musik, Spiel, Sport	620	5,9	12,2
DK 8: Sprach- und Literaturwissenschaften, Belletristik	4 906	46,9	36,5
DK 9: Geographie, Geschichte	612	5,8	7,0
insgesamt	10 457	100,0	15,5

Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 1993, S. 58.

Tabelle B 66 enthält eine Zusammenstellung der einzelnen Sachgebiete, für die die Verlage Übersetzungen ins Deutsche vornehmen ließen.

4.6 Künftige Stellung des Buches

Die vor einigen Jahren vorgetragene pessimistische Prognose, das Buch werde aufgrund des Vordringens der elektronischen Medien an Bedeutung verlieren, hat sich bisher nicht bewahrheitet. Sowohl die Titelproduktion als auch die Umsatzzahlen unterstreichen die Position des Buches am Medienmarkt. Gleichwohl ist nicht zu verkennen: die elektronischen Medien besitzen gerade für die Jugendlichen eine größere Attraktion als das Lesen von Büchern. Die Bundesregierung unterstützt daher die Aktionen der Stiftung Lesen und entsprechende Maßnahmen auf europäischer Ebene.

Die Bundesregierung legt Wert darauf, daß das Buch auch in einer durch die neuen Medien veränderten Kommunikationslandschaft seinen Stellenwert als Kulturmedium behält. Zwei Entscheidungen der Bundesregierung sind in diesem Zusammenhang besonders hervorzuheben: das Festhalten an der Preisbindung und die Beibehaltung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Verlagserzeugnisse. Die Preisbindung für Verlagserzeugnisse dient dazu, den Buchsektor als Kulturbereich in seiner Angebotsvielfalt zu erhalten und vor allem dem kulturell ambitionierten oder fachlich schwierigen Buch einen Platz im Sortiment zu sichern. Die Preisbindung für Verlagserzeugnisse in der Bundesrepublik Deutschland ist, das hat die Bundesregierung in den letzten Jahren mehrfach bekräftigt, unabdingbar zur Erhaltung der Vielfalt der angebotenen Literatur.

Alle Fraktionen des Deutschen Bundestages haben sich mehrfach dafür ausgesprochen, am System der Preisbindung für Verlagserzeugnisse festzuhalten. Hierfür wird sich die Bundesregierung auch im Gemeinsamen europäischen Binnenmarkt einsetzen; ebenso bemüht sie sich mit guten Aussichten, den ermäßigten Umsatzsteuersatz für Verlagserzeugnisse beizubehalten.[68])

5 Pressevertrieb

5.1 Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften

Hauptquelle der hier folgenden Angaben über den Presseeinzelhandel in den alten Bundesländern bildet die letzte Vollerhebung herkömmlichen Umfangs, die Einzelhandelsstrukturanalyse 1990 (EHASTRA '90). Ihre Befunde sind im großen und ganzen auch gegenwärtig noch zutreffend, da die Strukturen des Presseeinzelhandels im früheren Bundesgebiet seit längerem nur noch geringfügigen Änderungen unterliegen.

[68]) Zu medienrechtlichen Fragen des europäischen Umsatzsteuerrechts vgl. die Kapitel G.II.8.2.7 und G.II.8.3.3. Zur Buchpreisbindung im Gemeinsamen europäischen Binnenmarkt vgl. insbesondere Kapitel G.II.8.2.6.5.

Der Presseeinzelhandel in den neuen Bundesländern soll erstmals 1994 Gegenstand einer umfassenden (gesamtdeutschen) Erhebung sein, der EHASTRA '94, deren Ergebnisse jedoch bei Redaktionsschluß noch nicht vorlagen. Die folgende Beschreibung des Presseeinzelhandels in den neuen Bundesländern stützt sich mangels aktuellerer Daten zu Anzahl, Branchenzugehörigkeit und sonstigen strukturellen Merkmalen der Verkaufsstellen auf eine Erhebung, die darauf angelegt war, nach Abschluß der ersten Aufbauphase des Pressevertriebssystems in den neuen Bundesländern alle dort vom Pressegroßhandel in der Stichwoche vom 11. bis 17. November 1991 belieferten stationären Einzelhändler zu erfassen (sog. MINI-EHASTRA-OST). Die dabei gewonnenen Ergebnisse repräsentieren die aktuelle Situation wegen des seit 1991 fortgesetzten Strukturwandels nur mit Vorbehalt.

5.1.1 Lage in den alten Bundesländern

Nach den Ergebnissen der EHASTRA '90 belieferte der westdeutsche Pressegroßhandel (das Presse-Grosso) in den alten Bundesländern 1990 insgesamt 92 615 stationäre Einzelhändler (Verkaufsstellen). Dabei verteilt sich die Belieferung auf die verschiedenen Geschäftsarten wie folgt:

	in % der Anzahl der belieferten Verkaufsstellen
Nachbarschaftsgeschäfte	27,7
davon:	
o Lebensmittelgeschäfte (unter 200 qm)	15,2
o Gemischtwaren/Spirituosen/Süßwaren	6,6
o Bäckereien	5,9
Verkaufsstellen mit dem Charakter eines Zeitungs-/Zeitschriften-Fachgeschäftes	19,2
darunter:	
o Schreib- und Papierwaren	8,5
o Tabakwaren	6,8
o Lotto/Toto/Lotterie	2,5
Lebensmittelmärkte (200 bis unter 1 000 qm)	11,1
darunter:	
o Supermärkte (ab 400 qm)	6,8
Tankstellen/Raststätten	10,2
darunter:	
o Tankstellen	10,4
o Trinkhallen	6,8
o Kioske	5,8
Großformen des Einzelhandels (ab 1 000 qm)	4,0
Verkaufsstellen mit betriebsgeprägtem Kundenpotential	8,0
darunter:	
o Gaststätten	3,8
o Verkaufsstellen in:	
– Krankenhäusern	1,2
– Betrieben (Kantine/Pförtner)	1,1

	in % der Anzahl der belieferten Verkaufsstellen
Buchhandlungen/Leihbüchereien	2,0
Drogerien/Friseure	1,0
Geschäfte für Spielwaren/Geschenkartikel	1,0
Verkaufsstellen für spezielle Zeitschriften („Spezialverkaufsstellen", z. B. Fachgeschäfte der Unterhaltungselektronik, der textilen Handarbeit, der Gartenpflege)	2,3
sonstige	0,6
	100[69])

Den oben aufgeführten 2,3 % (= 2142) „Spezialverkaufsstellen" für bestimmte Zeitschriftentitel standen 8180 Verkaufsstellen (8,8 %) gegenüber, die nur Zeitungen führten.

Die langfristige Entwicklung der Gesamtzahl der Verkaufsstellen seit der ersten Erhebung umreißt die nachstehende Zahlenreihe:
1970: 81526; 1973: 83922; 1978: 84366; 1980: 85736; 1984: 90916; 1987: 93039; 1990: 92615.

Demnach verringerte sich die Anzahl der vom Presse-Grosso belieferten Verkaufsstellen erstmalig im Jahr 1990 etwas gegenüber dem Stand lt. Vorerhebung, nämlich um 0,46 %. Dennoch blieb nach Verbandsangaben die Händlerdichte in den alten Bundesländern mit 657 Einwohnern pro Verkaufsstelle weitaus höher als in anderen westeuropäischen Staaten vergleichbarer Flächenausdehnung, als z. B. in Frankreich (1410), im Vereinigten Königreich (1867), in Italien (1966) und Spanien (2167).

Der Wochenumsatz des Einzelhändlers mit dem Großhandel auf der Basis von dessen Nettoabgabepreisen (ohne MWSt.) betrug 1990 im Durchschnitt rd. 908 DM (1992: (hochgerechnet) 994 DM; 1987: 821 DM) pro Verkaufsstelle. Die Spitzenumsätze von wöchentlich 6000 DM und mehr beschränkten sich auf 658 Verkaufsstellen (= 0,71 %), darunter 73 Stellen mit Wochenumsätzen von 10000 DM und mehr.

Der Anteil der Einzelhändler, die nicht alle Titel von einem Großhändler beziehen konnten, stieg bis 1990 gegenüber 1983 um 0,4 Prozentpunkte auf 8,5 % oder 7871 Verkaufsstellen in fünf Großhandelsvertriebsgebieten. In diesen Fällen war die üblicherweise nur räumlich eingeschränkte Alleinzuständigkeit des Pressegrossisten (Gebietstrennung) zusätzlich auf bestimmte Titel begrenzt (Titeltrennung).

Der mit dem Endverbraucher erzielte Umsatz des Presseeinzelhandels erhöhte sich 1991 gegenüber dem Vorjahr von 6,152 Mrd. DM um rd. 2,65 % auf 6,315 Mrd. DM. 1992 stieg er nur noch geringfügig auf 6,404 Mrd. DM; 1989 hatte er etwa 5,95 Mrd. DM und 1988 ca. 5,70 Mrd. DM betragen.[70]) 1993 zeichnete sich eine allerdings weitgehend auf Preisanhebungen beruhende Umsatzbelebung ab. Nach ersten Ermittlungen dürfte der Jahresumsatz etwa 6,65 Mrd. DM betragen haben.

5.1.2 Lage in den neuen Bundesländern

Zum Zeitpunkt einer der folgenden Darstellung zugrundeliegenden MINI-EHASTRA-OST aus dem Jahre 1991 war die erste Aufbauphase des neuen Pressevertriebssystems in den neuen Bundesländern bereits abgeschlossen. Im November 1991 belieferte der Pressegroßhandel dort insgesamt 15650 stationäre Einzelhändler (Angebotsstellen) folgender Geschäftsarten:

	in % der Anzahl	westdeutsche Vergleichszahl 1990
Nachbarschaftsgeschäfte	40,7	21,7
Verkaufsstellen mit dem Charakter eines Zeitungs-/Zeitschriften-Fachgeschäftes	13,3	19,2
Lebensmittelmärkte (200 bis unter 1000 qm)	10,3	11,1
Trinkhallen/Kioske	7,8	12,6
Tankstellen/Raststätten	3,8	10,4
Großformen des Einzelhandels (ab 1000 qm)	2,3	4,0
Verkaufsstellen mit betriebsgeprägtem Kundenpotential/sonstige	8,8	12,7[71])
Verkaufsstellen für spezielle Zeitschriftentitel („Spezialverkaufsstellen")	6,4	2,3
Postverkaufsstellen	6,2	—
Dienstleistungseinrichtungen	0,4	—
	100	100

Die an der Zahl der Verkaufsstellen pro 1000 Einwohner gemessene Händlerdichte betrug 1,01 (gegenüber 1,43 in den alten Bundesländern). 7,9 % (8,8 %) dieser Stellen boten ausschließlich Zeitungen an. Trotz der geringeren Händlerdichte lag der Umsatz pro Verkaufsstelle im Jahr 1991 mit 47,5 TDM bei einem Gesamtumsatz des Presseeinzelhandels in den neuen Ländern von 0,744 Mrd. DM deutlich unter dem Vergleichswert von 68,2 TDM für die alten Länder (der einem Branchenumsatz von 6,315 Mrd. DM ent-

[69]) Rundungsdifferenz.

[70]) Angaben des Bundesverbandes (vormals „Verbandes") Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V., Köln.

[71]) Anders als in der vorangegangenen Aufstellung werden hier unter der Kategorie „sonstige" auch „Drogerien und Friseurgeschäfte" und Verkaufsstellen für „Spielwaren/Geschenkartikel" aufgeführt.

spricht).[72]) Der Pressehändler in den neuen Bundesländern bezog Anfang 1993 in allen siebzehn Großhandelsvertriebsgebieten seine Ware von nur je einem Grossisten. Im Jahre 1993 ist der Umsatz des Einzelhandels mit dem Endverbraucher nach dem vorläufigen Ergebnis erster Erhebungen auf etwa 0,91 Mrd. DM gestiegen.

5.2 Großhandel

5.2.1 Strukturmerkmale und wirtschaftliche Entwicklung

Großhandel mit Zeitungen und Zeitschriften betrieben im Jahr 1993 insgesamt 97 Firmen, davon 80 in den alten und siebzehn in den neuen Bundesländern. An 13 Pressegroßhandlungen, darunter acht in den neuen Bundesländern, waren Verlage beteiligt. 87 Firmen waren in ihrem Vertriebsgebiet für sämtliche dort angebotenen Titel zuständig, genossen also die betriebswirtschaftlichen Vorteile einer uneingeschränkten Alleinanbieterstellung; die restlichen zehn waren in fünf — ausschließlich in den alten Bundesländern gelegenen — Vertriebsgebieten je zu zweit und je nur für einen Teil des gesamten Titelangebotes, insoweit jedoch exklusiv tätig. In diesen Gebieten bestand somit dualer Nachfragewettbewerb um Verlagsaufträge über den regionalen Alleinvertrieb von Presseerzeugnissen.

Da jeder Verlag seinen Vertriebsauftrag an den Grossisten mit der Gewährung von Alleinzuständigkeitsrechten für den Lieferbezirk verbindet, kann der Presseeinzelhändler die so gebundenen Titel nur von dem jeweils beauftragten Grossisten beziehen. Diese Alleinstellung ermöglicht dem Grossisten die Durchsetzung eines Dispositionsrechtes, das ihn berechtigt, dem Einzelhändler die Zusammensetzung des einzuliefernden Sortimentes nach Titeln und Zahl der Exemplare je Titel — orientiert an der Verkäuflichkeit — vorzuschreiben. Dieser Verpflichtung steht das Remissionsrecht des Einzelhändlers gegenüber; es erlaubt ihm, nach Ablauf der Angebotszeit alle unveräußerten Exemplare zurückzugeben und dafür Gutschrift in Höhe des Einstandspreises zu beanspruchen.

Insbesondere hinsichtlich des Dispositions- und des Remissionsrechtes entsprechen die Beziehungen des Verlages zum Grossisten weitgehend dem Verhältnis von Groß- zu Einzelhändler: Der Verlag räumt dem Grossisten das Recht ein, unverkaufte Exemplare innerhalb bestimmter Fristen gegen Gutschrift zurückzugeben; andererseits verpflichtet er ihn, nicht außerhalb des Vertragsgebietes tätig zu werden und Dispositionen des Verlages im Interesse einer marktgerechten Belieferung des Einzelhandels zu befolgen. Außerdem bindet der Verlag den Endverbraucherpreis sowie i.d.R. auch den Großhandelsabgabepreis.

Der Pressegroßhändler erwirtschaftet seine Umsatzerlöse überwiegend mit dem Vertrieb von Titeln, die für ein breites Publikum bestimmt sind und von ihrer Zielgruppe weniger im Abonnement als vielmehr stückweise, insbesondere durch Spontankauf, erworben werden. Zu solchen Titeln, den sog. Brotobjekten des Presse-Grosso, zählen vor allem Straßenverkaufszeitungen und auflagenstarke Publikumszeitschriften, z.B. Illustrierte, Rundfunkzeitschriften, Frauenzeitschriften sowie die Periodika der Sparte „Romane/Rätsel/Comics". Über den Großhandel wurden 1990 lt. Pressestatistik mehr als 95 % der mindestens fünfmal wöchentlich erscheinenden Straßenverkaufszeitungen abgesetzt. Der Anteil der stückweise an den Endverbraucher veräußerten Exemplare an der Verkaufsauflage aller Publikumszeitschriften betrug demgegenüber nur 58,5 %, der der „Illustrierten, Magazine usw." 69,2 %. Einzelverkaufsanteile von über 90 % erreichten nur die beiden vertriebsumsatzschwächsten (pressestatistischen) Sparten „Romane/Rätsel/Comics" und „sonstige". Insgesamt hat sich der Abonnementanteil für die erwähnten Pressesparten 1990/1991 gegenüber 1983 nur unerheblich geändert.

Tabelle B 67:

Umsätze — zu Abgabepreisen an den Einzelhandel (ohne MwSt.) — und Beschäftigte des Pressegroßhandels 1983 bis 1992

	alte Bundesländer	neue Bundesländer
Umsatz	in Mrd. DM	
1983[1])	ca. 3,8	
1987	ca. 4,1	
1988	ca. 4,23	
1989	ca. 4,48	
1990	4,630	
1991	4,753	0,560
1992	4,787	0,590
Beschäftigte		
1983[1])	ca. 9000	
1987	ca. 13000	
1988	ca. 13500	
1989	ca. 14400	
1990	ca. 14400	
1991	ca. 14500	ca. 2500
1992	ca. 14500	ca. 2500

[1]) Im Jahr 1984 war der Umsatz gegenüber 1993 leicht rückläufig und stieg dann 1985 um gut 1 %, 1986 um 6,2 % und 1987 um etwa 3 %. Die im Medienbericht 1985, S. 57, gemachte Umsatzangabe für 1983 von 4,1 Mrd. DM schließt 7 % MwSt. ein.

Quelle: Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.: Geschäftsberichte 1984 bis 1993, Köln 1984 bis 1993.

[72]) Vgl. Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.: Geschäftsbericht 1992, Köln 1992, S. 167. Die mittleren Jahresumsätze pro Verkaufsstellen sind auf Basis von 15650 Verkaufsstellen in den neuen und 92615 Verkaufsstellen in den alten Bundesländern errechnet, beziehen sich also auf Erhebungen über unterschiedliche Zeiträume; sie kennzeichnen immerhin die Größenordnung des Unterschieds.

Tabelle B 68:

Pressegroßhandel: Strukturvergleich alte/neue Bundesländer

	alte Bundesländer	neue Bundesländer
Anzahl der Grosso-Firmen	80	17
Jahresumsatz AGP-netto 1992[1])	ca. 4,787 Mrd. DM	ca. 0,590 MMrd. DM
Jahresumsatz Copy-Preise 1992[2])	ca. 6,404 Mrd. DM	ca. 0,789 Mrd. DM
Bevölkerung	64,748 Mio. Einwohner	15,528 Mio. Einwohner
Fläche[3])	252 729 km	104 022 qkm
Presse-Verkaufsstellen	92 600	15 650
pro Grosso-Firma durchschnittliche(r)		
o Jahresumsatz	59,8 Mio. DM	34,7 Mio. DM
o Bevölkrung	809 350 Einwohner	913 412 Einwohner
o Fläche	3 159 qkm	6 119 qkm
o Verkaufsstellen	1 158	921
durchschnittliche Bevölkerung pro		
o qkm	256 Einwohner	149 Einwohner
o Verkaufsstelle	699 Einwohner	992 Einwohner
Wochenumsatz pro Verkaufsstelle		
o AGP-netto[1])	994 DM	725 DM
o Copy-Preise[2])	1 330 DM	970 DM
Jahresumsatz pro Einwohner		
o AGP-netto[1])	73,93 DM	40,00 DM
o Copy-Preise[2])	98,91 DM	50,81 DM
Remissionsanteil an der Auflage (1. Halbjahr 1993)		
o Stück	31,42 %	36,34 %
o DM	39,27 %	43,37 %

[1]) AGP-netto = Umsatz auf Basis des Abgabepreises an den Einzelhandel ohne MwSt.
[2]) Umsatz auf Basis der Endverbraucherpreise für das Einzelstück.
[3]) Quelle: ASV-Gemeinde-Datei 1992/93.
Quelle: Geschäftsbericht des Bundesverbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten 1993, S. 189f.

Die wichtigsten „Brotobjekte" mit einem Anteil am Grosso-Umsatz von zusammen weit über 50 % werden von wenigen Großverlagen produziert. Je höher der Anteil seiner Titel am Grosso-Umsatz, desto stärker die Verhandlungsposition des Verlages gegenüber dem Pressegroßhändler. Wie die jüngere Entwicklung des Pressevertriebs belegt, kommt dieser Bedingungszusammenhang gerade in Umbruchsituationen zum Tragen und begünstigt dann etwa das Ein- bzw. weitere Vordringen von Verlagen in den Pressegroßhandel oder auch die Durchsetzung genehmer Vertriebskonditionen.

In der ehemaligen DDR war für den Vertrieb von Presseerzeugnissen allein die Post zuständig. Seit Öffnung der Grenze zur DDR haben insbesondere die Hamburger Großverlage Bauer, Springer, Gruner + Jahr sowie das süddeutsche Verlagshaus Burda zum Aufbau eines privatwirtschaftlichen Pressevertriebssystems in den neuen Bundesländern wesentlich beigetragen und zugleich versucht, auf der Großhandelsstufe auch durch Miteigentum Einfluß auszuüben. Diese Bestrebungen haben nach der Vereinigung das Bundeskartellamt zum Einschreiten veranlaßt.[73]) Zur Entwicklung der Umsätze und der Zahl der Beschäftigten seit 1983, dem letzten noch im Vorbericht behandelten Geschäftsjahr, siehe Tabelle B 67. Ein größtenteils auf Preisanhebungen zurückzuführender Umsatzanstieg auf 4,97 Mrd. DM (+3,8 %) ergab sich nach dem vorläufigen Ergebnis erster Untersuchungen für 1993 in den alten Bundesländern; in den neuen Ländern war zugleich ein kräftiger Anstieg auf 0,68 Mrd. DM (+15,3 %) zu verzeichnen.

1993 umfaßte das Ordersortiment der Großhandelsunternehmen an bedeutenden Plätzen mit großen internationalem Titelangebot bis zu etwa 3 600 Titel (1989: ca. 3 400). Ein durchschnittliches Präsenzsortiment bot — wie schon 1989 — ungefähr 1 700 Titel.

Wie schon in Kapitel B.II.5.1.2 ausgeführt, befand sich 1991 das Pressevertriebssystem in den neuen Bundesländern zwar bereits in einem relativ fortgeschrittenem Aufbaustadium, war aber noch immer in stärkerer Bewegung als der weitgehend institutionalisierte Pressevertrieb in den alten Bundesländern.

[73]) Vgl. Kapitel D.V.1.2.

Eine Gegenüberstellung sich damals abzeichnender struktureller Unterschiede zwischen dem Pressegroßhandel in den alten und in den neuen Bundesländern findet sich in Tabelle B 68. Es ist hervorzuheben: die Pressegroßhändler im Beitrittsgebiet stehen zwar mit durchschnittlich 0,91 Mio. Einwohnern pro Unternehmen etwas besser da als der Pressegroßhandel im früheren Bundesgebiet mit 0,81 Mio. Andererseits müssen sie im Durchschnitt mit etwa 6 119 qkm gegenüber 3 159 qkm in den alten Bundesländern eine um 94 % größere Fläche betreuen, und dies bei geringerer Bevölkerungsdichte (nämlich durchschnittlich nur 149 Einwohner/qkm, während es 256 im alten Bundesgebiet sind). Die Anzahl der vom Grossisten in den neuen Ländern zu betreuenden Verkaufsstellen ist mit durchschnittlich 921 gegenüber 1158 in den alten Ländern zwar geringer, dennoch ist der Wochenumsatz pro Verkaufsstelle mit 725 DM (994 DM) deutlich niedriger. Die langfristig zu erwartende Kaufkraftangleichung kann die betriebswirtschaftlichen Folgen solcher Unterschiede mildern, aber wohl nicht beseitigen.

5.2.2 Bedeutung für die Informationsvielfalt

Der Grossist ist ausschließlich Vertreiber und Händler der fertigen Presseerzeugnisse. In Alleinvertriebsposition ist er gezwungen, alle Presseprodukte in seinem Sortiment zu führen; er darf aus subjektiven, politischen oder ethischen Motiven kein Objekt ausschließen. Zugleich dient der Alleinvertrieb der verfassungsmäßig verbürgten Freiheit des Verlegers, nach seiner Disposition die Wahl des Vertriebsweges und alle den Vertrieb betreffenden Gestaltungen zu bestimmen. Auf diesem Wege wird die organisatorische Voraussetzung dafür geschaffen, daß der Verleger sein Angebot nach Art der Titel und Anzahl der Stücke bis in den einzelnen Vertriebsbereich hinein nach eigenem Ermessen festlegen kann. Dem entspricht die Freistellung des Pressehandels vom Absatzrisiko durch die Verlage.

Das bestehende System des Pressevertriebs hat sich nach Auffassung der Bundesregierung in der Vergangenheit bewährt. Die Bundesregierung begrüßt daher die Einrichtung eines entsprechenden Presse-Grosso-Systems in den neuen Bundesländern. Zwar ist der Aufbau dort noch nicht völlig abgeschlossen und bedarf weiterer aufmerksamer Beobachtung, doch schon jetzt trägt das Pressevertriebssystem auch hier — wie in den alten Bundesländern — wesentlich dazu bei, die Vielfalt des Informationsangebotes zu sichern und den kleineren Verlagen und auflagenschwächeren Presseprodukten bessere Marktzutrittschancen zu eröffnen.

5.3 Postzeitungsdienst

Der Postzeitungsdienst ist neben dem Presse-Grosso, verlagseigenen Zustelldiensten und dem Bahnhofsbuchhandel ein Hauptanbieter von Transportleistungen für Presseverlage. Seine Bedeutung für den Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften hat sich jedoch in den letzten Jahren verändert.

Gegenwärtig wird fast die Hälfte der Verkaufsauflagen von Zeitungen und Zeitschriften über den Postzeitungsdienst vertrieben. Dabei sind zwischen den einzelnen Pressekategorien erhebliche Unterschiede zu beobachten.

Die durch die Deutsche Bundespost vertriebene Auflage der Vereins- und Verbandspresse hat sich im Berichtszeitraum vom Absatzvolumen her kaum verändert. Der prozentuale Anteil am gesamten Vertriebsvolumen des Postzeitungsdienstes ist jedoch zwischen 1985 und 1992 um ca. 3,3 Prozentpunkte gesunken. Der Anteil der Fach- und Publikumszeitschriften am gewachsenen Stückvolumen des Postzeitungsdienstes ist insgesamt um 4,1 Prozentpunkte gestiegen (siehe Tabelle B 69 und 70).

Der Anteil des Postzeitungsdienstes am Vertriebsvolumen bei den Tageszeitungen ist weiter gesunken (um 4,7 Prozentpunkte). Hauptgrund hierfür ist, daß die überregionalen Zeitungen mehr und mehr dazu übergegangen sind, ihre Zustellung in Kooperation mit der regionalen bzw. örtlichen Presse zu organisieren. Tabelle B 71 stellt dar, wie sich der jeweilige

Tabelle B 69:

Entwicklung der Postvertriebsstücke — Publikumszeitschriften —

Jahr	Mio. Stück	Anteil am Vertriebsvolumen in %
1985	288,5	18,0
1986	273,5	16,8
1987	273,4	16,5
1988	272,1	16,2
1989	279,1	16,3
1990	295,3	16,9
1991	303,7	17,2
1992	375,8	19,3

Quelle: DBP Postdienst.

Tabelle B 70:

Entwicklung der Postvertriebsstücke — Fachzeitschriften —

Jahr	Mio. Stück	Anteil am Vertriebsvolumen in %
1985	432,7	27,0
1986	445,1	27,3
1987	464,2	28,1
1988	474,6	28,3
1989	485,9	28,4
1990	491,5	28,2
1991	510,5	29,0
1992	579,0	29,8

Quelle: DBP Postdienst.

Tabelle B 71:

Postvertriebsstücke 1985 und 1992

	1985		1992		Veränderung 1992 gegenüber 1985	
	Mio. Stück	%	Mio. Stück	%	der Stückzahlen (in %)	des Prozentanteils an der Gesamtzahl (in %)
Postzeitungsdienst insgesamt	1 601,5	100	1 942,7	100		
davon:						
o Vereins- und Verbandsblätter	279,4	17,4	274,6	14,1	–1,72	–18,97
o Fachzeitschriften[1])	432,7	27,0	579,0	29,8	33,81	10,37
o Publikumszeitschriften	288,6	18,0	375,8	19,3	30,21	7,22
o Tageszeitungen	304,0		277,6	14,3	–8,68	–24,74
o sonstige	296,8	18,6	435,7	22,5	46,80	20,97

[1]) Hier auch Zeitschriften des ADAC.
Quelle: DBP Postdienst.

Anteil der Pressegattungen an den Postvertriebsstükken zwischen 1985 und 1992 entwickelt hat.

Der Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften in der ehemaligen DDR erfolgte, wie gesagt, fast ausschließlich über die Deutsche Post. Sie organisierte in Eigentümerfunktion den Vertrieb über das Abonnement und den Einzelverkauf. Sie übernahm die Abonnementverwaltung, die Ab- und Bestellungen, kassierte den Abonnementpreis und koordinierte über das zuständige Postzeitungsvertriebsamt in Berlin die Zustellung der Zeitungen und Zeitschriften an die einzelnen Haushalte. Zeitungen wurden mit der Frühzustellung und Zeitschriften mit der regulären Postzustellung ausgeliefert. Dies traf auf rd. 95 % aller Tageszeitungen zu. Eine Übersicht über die Gesamtauflage der (abonnierten) Tageszeitungen und die Neuzugänge bei den Abonnementbestellungen in der ehemaligen DDR zwischen 1984 und 1989 enthält Tabelle B 72. Im genannten Zeitraum wurden, wie aus der Tabelle zu ersehen ist, die Tageszeitungen überwiegend über Abonnements vertrieben. Die Zahl der Neuaufnahmen bei den Abonnements war insgesamt zwischen 1984 und 1989 rückläufig.

Gleichzeitig war die Deutsche Post Eigentümerin der Postzeitungskioske, über die der Einzelverkauf an Zeitungen und Zeitschriften lief. Einzelangaben zum Warenumsatz im Postzeitungsvertrieb der ehemaligen DDR sind Tabelle B 73 zu entnehmen.

Die Kosten des Postzeitungsvertriebes hat der Staat zur Hälfte durch Subventionen ausgeglichen.

Erst 1990 wurde der Eigenvertrieb durch die Aufhebung des Vertriebsmonopols der Deutschen Post[74]) in Verbindung mit der Verordnung über den Vertrieb von Presseerzeugnissen in der DDR vom 2. Mai

[74]) Beschluß der Volkskammer zur Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar 1990 (GBl. I, S. 39).

Tabelle B 72:

Auflage der Tageszeitungen, Abonnementbestellungen im Postzeitungsvertrieb — in Tsd. Stück —

Jahr	Tageszeitungen der DDR: durchschnittliche Auflage		Abonnementbestellungen			
	gesamt	davon Abonnements	gesamt	davon Tageszeitungen der DDR	davon übrige Presseerzeugnisse der DDR	Presseerzeugnisse der übrigen sozialistischen Länder
1984	9 183	8 684	2 024	803	1 092	129
1985	9 322	8 834	1 971	781	1 105	85
1986	9 445	8 975	1 928	779	1 073	75
1987	9 607	9 102	1 892	742	1 087	63
1988	9 667	9 203	2 285	646	1 583	56
1989	9 921	9 327	1 728	756	925	47

Quelle: Deutsche Post: Statistischer Jahresbericht 1990.

Tabelle B 73:

Kennziffern der Entwicklung und Struktur des Warenumsatzes im Postzeitungsvertrieb — Einzelhandel — in Mio. DM —

Jahr	Warenumsatz insgesamt	Umsatz im Abonnement	darunter im eigenen Handelsnetz	Umsatz im Einzelverkauf	davon im eigenen Handelsnetz	davon außerhalb des eigenen Handelsnetzes	Warenumsatz je Tsd. Einwohner	Tageszeitungen der DDR: durchschnittlich abgesetzte Auflage	
	Mio. DM	Mio. DM	Mio. DM	Mio. DM	Mio. DM	Mio. DM	Mio. DM	Tsd. Stück	Stück
1984	822,2	539,3	498,8	282,9	210,6	72,3	4 923	9 055	545
1685	842,4	552,1	509,5	290,3	216,3	74,0	5 057	9 221	554
1986	565,7	565,7	557,4	296,3	220,6	75,7	5 180	9 313	560
1987	885,7	581,3	572,6	304,4	225,9	78,5	5 323	9 495	570
1988	903,2	590,7	582,4	312,5	234,1	78,4	5 421	9 569	575
1989	913,3	597,9	590,1	315,4	236,7	78,7	5 477	9 691	581
1990	752,6	495,2	—	257,4	202,6	54,8	4 340	—	—

Quelle: Deutsche Post: Statistischer Jahresbericht, 1. Halbjahr 1990.

1990[75]) zugelassen. Ab Mitte 1990 bauten die Verlage nach und nach eigene Zustellorganisationen auf.

Im Unterschied zum Postzeitungsdienst der Deutschen Post steht der Postzeitungsdienst der DBP Postdienst seit langem im vollen Wettbewerb mit den Alternativen Zustelldiensten (AZD). In den neuen Bundesländern hat die Post den Dienstleistungsstandard sukzessive an den der alten Bundesländer angepaßt.

Die 1989 erfolgte Poststrukturreform und die Einigung Deutschlands stellen den Postzeitungsdienst vor neue Herausforderungen. Im Vordergrund steht die Erhaltung seiner Wettbewerbsfähigkeit. Hierzu sollen eingeführt werden

- ein Express-Vertrieb (Auslieferung von Zeitschriften mit hohen Postauflagen am zweiten Tag nach Abholung bei der Druckerei),
- ein Schnelläufernetz (Zustellung von Tageszeitungen am Tag nach der Einlieferung).

Gleichwohl ist das derzeit bestehende jährliche Defizit der Kostendeckung weiter abzubauen.

Seit Jahren besteht zwischen der DBP Postdienst und den Vertretern der Presse eine enge Zusammenarbeit. Die Bundesregierung hat im Hinblick auf die medienpolitische Bedeutung des Postzeitungsdienstes alle Bemühungen der Beteiligten dahingehend unterstützt, daß die schrittweise Absenkung der Defizite im Postzeitungsdienst nicht zu einer Existenzgefährdung für eine Reihe von kleinen Tageszeitungen und Fachzeitschriften führt. Sie wird auch den weiteren Anpassungsprozeß hin zu einer Verbesserung der Kostendeckung beim Postzeitungsdienst entsprechend begleiten.

5.4. Verlagseigene Vertriebssysteme

Die Abonnementzeitungen der alten Bundesländer verkauften im vierten Quartal 1991 mit 334 Haupt- und 850 Nebenausgaben eine Auflage von 16,92 Mio. Stück, und zwar 1,76 Mio. (10,4 %)[76]) im Einzel- und 15,16 Mio. (89,6 %) im Abonnementvertrieb. Die einzeln verkauften Exemplare gelangten zu 94,5 % über den Handel (davon 86,2 % über den Großhandel) und zu 5,5 % direkt vom Verlag an die Erwerber. 10,06 Mio. oder fast zwei Drittel (66,4 %) der insgesamt verkauften Abonnementexemplare haben die Zeitungen über verlagseigene Organisationen zugestellt. Darin sind 9,67 Mio. (96,2 %) Abonnementauflage mit Lokalberichterstattung enthalten. Von der Abonnementauflage in Höhe von rd. 2,31 Mio., die die erfaßten Abonnementzeitungen außerhalb derjenigen Gebiete verkauft haben, über deren lokales Geschehen sie berichten, wurden 845 000 (36,5 %) über die Post, 383 000 (16,6 %) über eigene Vertriebssysteme und 1,085 Mio. (46,9 %) mittels sonstiger Zustellformen verbreitet.

Bei den Straßenverkaufszeitungen der alten Bundesländer sind nach den Ergebnissen der Pressestatistik 1991 eigene Vertriebssysteme nur von untergeordneter Bedeutung; sie waren nur bei Blättern anzutreffen, die seltener als fünfmal wöchentlich erscheinen. Von insgesamt 9,66 Mio. Verkaufsauflage wurden nur 300 000 oder 3,1 % im Direktverkauf (236 000) oder durch sonstige eigene Vertriebssysteme (64 000) abgesetzt.

In den neuen Bundesländern erzielten im vierten Quartal 1991 die erfaßten 34 Hauptausgaben der Abonnementzeitungen eine Verkaufsauflage von 4,51 Mio., von der lediglich 95 000 oder 2,11 % nicht mittels Abonnement, sondern stückweise (fast ausschließlich über den Handel) verkauft wurden. An dem Vertrieb der Abonnementauflage waren eigene Vertriebssysteme mit 75,8 % (3,35 Mio. Exemplare), die Post mit 9,7 % (429 000) und übrige Zustellformen mit 14,5 % (641 000) beteiligt. Die vier erfaßten Straßenverkaufszeitungen mit einer Verkaufsauflage von

[75]) GBl. I, S. 245.

[76]) Alle Prozentsätze sind aus ungerundeten Zahlen errechnet.

insgesamt 207 000 haben ihre Ausgaben zu 93,2 % im Einzelverkauf (193 000) und zu immerhin 6,8 % im Postabonnement (14 000) abgesetzt. Am Einzelverkauf waren der Direktverkauf mit 12,4 % (24 000) und der Handel mit 87,6 (169 000) beteiligt.

Nach dem Ergebnis einer sich auf das gesamte Bundesgebiet beziehenden jüngeren Umfrage des BDZV bei großen überregional verbreiteten Abonnementtageszeitungen kooperierten diese Blätter bei der Zustellung mit bis zu 166 Zeitungen regionaler bzw. lokaler Verbreitung. Sie ließen so insgesamt 325 000 Exemplare ausliefern.

Zeitungsverlage mit hoher Haushaltsabdeckung im Verbreitungsgebiet, also vor allem sog. Erstzeitungen, besitzen die günstigsten wirtschaftlichen Voraussetzungen für den Aufbau einer eigenen Zustellorganisation. Im Zusammenhang mit der Umorganisation des Zeitungsvertriebs in den neuen Bundesländern — von dem in der ehemaligen DDR bis zur Wende Alleinanbieterstellung genießenden Postvertrieb hin zur postunabhängigen Zustellung — hat der BDZV an die Verlage der marktbeherrschenden Regionalzeitungen appelliert, sich mittels Kooperation auch der überregionalen Titel und insbesondere der kleineren in nachrangiger Marktposition befindlichen Tageszeitungen anzunehmen.

Wie schon im Medienbericht 1974[77]) dargelegt, hat eine Vertriebskooperation zwischen konkurrierenden Verlagen erhebliche Interessenunterschiede zu überwinden. Diese Gegensätze scheinen, nach dem Ergebnis eines im Auftrag des Presse- und Informationsamt der Bundesregierung erstatteten Gutachtens über den „Wettbewerb auf dem Zeitungsmarkt in den neuen Bundesländern"[78]) zu urteilen, dort 1992/93 in der Mehrzahl der Fälle das Verhalten der potentiellen Kooperationspartner zu bestimmen.

6 Wirtschaftliche Hilfen

6.1 ERP-Darlehen (alte Bundesländer)

Aus dem ERP-Presseprogramm wurden im früheren Bundesgebiet im Zeitraum 1968 bis 1991 kleine und mittlere Zeitungsverlage zur Erhaltung der Informations- und Meinungsvielfalt im Bereich der Presse gefördert. Presseverlage, deren Zeitungen oder Zeitschriften der politischen Meinungsbildung und Unterrichtung dienten, sowie Druckereibetriebe, die für solche Presseverlage überwiegend tätig waren, erhielten bis zum Auslaufen des Programms im Dezember 1991 zur Mitfinanzierung von Investitionsvorhaben zinsgünstige Darlehen aus dem ERP-Sondervermögen. Es war das Ziel, mit diesem Darlehen Investitionsmaßnahmen im Interesse der Stärkung der Wirtschaftlichkeit der Betriebe finanziell zu erleichtern. Das ERP-Presseprogramm berücksichtigte Verlage, deren Verkaufsauflage bei täglichem Erscheinen 160 000 Exemplare nicht überstieg. Presseverlage mit Verkaufsauflagen bis 80 000 Exemplare sowie Antragsteller, die über eine eigene Vollredaktion verfügten (direkt oder in Kooperation mit anderen kleinen und mittleren Presseunternehmen), und Betriebe im ehemaligen Zonenrandgebiet erhielten höhere Förderquoten.

Die — langfristigen — Darlehen wurden gewährt für die anteilige Finanzierung
- technischer Einrichtungen zur Herstellung bzw. zum Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften,
- dafür erforderlicher Baumaßnahmen.

Tabelle B 74:

ERP-Pressedarlehen nach Auflagengrößenklassen 1968 bis 1991

Verkaufsauflage	Anzahl der Darlehen		Darlehensbeträge	
	abs.	in %	in Tsd. DM	in %
1. bis 20 000	357	63,6	122 809	40,5
2. 20 000 bis 40 000	101	18,0	94 356	31,1
3. 40 000 bis 80 000	72	12,8	56 120	18,5
4. 80 000 bis 110 000	12	2,2	8 400	2,8
5. 110 000 bis 160 000	19	3,4	21 350	7,0
insgesamt	561	100,0	303 035	100,0

Quelle: Eigene Ermittlungen.

Seit Aufnahme des ERP-Presseprogramms im Jahre 1968 sind bis zum Auslaufen des Programms Ende 1991 insgesamt 561 Darlehen im Gesamtbetrag von rd. 303 Mio. DM für Investitionen von 1 135 Mio. DM bewilligt worden. Eine Aufgliederung der gewährten ERP-Darlehen nach Auflagengrößenklassen enthält Tabelle B 74. Wie ihr zu entnehmen ist, kamen den bevorzugt zu fördernden Presseverlagen mit Verkaufsauflagen bis zu 80 000 Exemplaren rd. 90 % des Darlehensvolumens zugute. Die höchsten Anteile aus der Bewilligungssumme von 303 Mio. DM entfielen auf Presseunternehmen in den Ländern Niedersachsen (rd. 25 %), Baden-Württemberg (rd. 24 %), Bayern (rd. 19 %) und Nordrhein-Westfalen (rd. 12 %); es folgten Schleswig-Holstein und Hessen (mit je rd. 7 %). Presseunternehmen in Bremen, Hamburg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland erreichten zusammen einen Anteil von rd. 6 %.

6.2 Förderung in den neuen Bundesländern

In den neuen Bundesländern haben kleine und mittlere Zeitungsverlage in vollem Umfang Anteil an den weitreichenden öffentlichen Fördermaßnahmen für die mittelständische Wirtschaft.

Dies gilt für die allgemeinen steuerlichen Vergünstigungen:

---

[77]) BT-Drs. 7/2104, S. 38 f.

[78]) Beate Schneider/Dieter Stürzebecher/u. a.: Wettbewerb auf dem Zeitungsmarkt in den neuen Bundesländern. Untersuchung im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Hannover 1993, hier insbesondere S. 75 ff. Zu dem Gutachten vgl. auch Kapitel E.II.3.2.

Tabelle B 75:

Investitionen von Presseunternehmen, die von der KfW mitfinanziert wurden, 1990 bis 1993

Jahr	Programm	Kreditbetrag	Anzahl der Zusagen
1990	ERP-Modernisierungsprogramm DDR .... KfW-Mittelstandsprogramm	2 247 000,00 785 000,00	9 2
	insgesamt	3 032 000,00	11
1991	ERP-Modernisierungsprogramm DDR .... KfW-Investitionskreditprogramm	2 003 700,00 30 974 000,00	7 7
	insgesamt	32 977 700,00	14
1992	ERP-Modernisierungsprogramm DDR .... KfW-Investitionskreditprogramm	1 620 000,00 15 567 500,00	3 12
	insgesamt	17 187 500,00	15
1993	ERP-Modernisierungsprogramm DDR .... KfW-Mittelstandsprogramm Ost	2 155 000,00 12 791 000,00	5 9
	insgesamt	14 946 000,00	14
	Summe	68 143 200,00	54

Quelle: Eigene Ermittlungen.

- Investitionszulage für Ausrüstungsinvestitionen,
- Sonderabschreibungen für Ausrüstungs- und Bauinvestitionen bis Ende 1994,
- Verzicht auf die Erhebung von Gewerbekapital- und Vermögenssteuer bis Ende 1994,

sowie für die zinsbegünstigten oder zinsverbilligten Kreditprogramme des Bundes und seiner Förderinstitute. Für die Errichtung von Verlagsbetrieben oder für den Ausbau und die Weiterentwicklung der kleinen und mittleren Verlage stehen insbesondere die nachfolgenden Finanzierungsprogramme zur Verfügung:

- ERP-Existenzgründungsprogramm für Neugründungen — Kredithöchstbetrag 2 Mio. DM (kann in den drei Folgejahren um jeweils 2 Mio. DM p. a. aufgestockt werden);
- Eigenkapitalhilfeprogramm des Bundes für Existenzgründer — Kredithöchstbetrag 700 000 DM; im Zusammenhang mit Privatisierungen und Reprivatisierungen 2 Mio. DM. Die neu eingeführte Partnerschaftskomponente gestattet zudem die Aufstockung einer von einem Dritten eingebrachten Beteiligung an einem Unternehmen um das Zweieinhalbfache bis zu einem Höchstbetrag von 5 Mio. DM;
- Existenzgründungsprogramm der Deutschen Ausgleichsbank — Ergänzungsfinanzierung für Investitionen zur Gründung selbständiger Existenzen, auch zur Sicherung bzw. Festigung in den Folgejahren — Kredithöchstbetrag i. d. R. jeweils 2 Mio. DM;
- ERP-Aufbauprogramm für bestehende Unternehmen — Kredithöchstbetrag pro Vorhaben jährlich 2 Mio. DM;
- Mittelstandsprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), gleichfalls für bestehende Betriebe — Kredithöchstbetrag i. d. R. pro Vorhaben 10 Mio. DM jährlich; bei kleinen Unternehmen bis 100 Mio. DM Jahresumsatz auch mehr;
- ERP-Beteiligungsprogramm — Finanzierung von Beteiligungsengagements bis zur Höhe von 2 Mio. DM.

Die kleinen und mittleren Verlage können darüber hinaus grundsätzlich auch Investitionszuschüsse von bis zu 23 % aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" erhalten, wenn sie die Verlagsprodukte überwiegend überregional absetzen.

Die KfW fördert im gesamten Bundesgebiet kleine und mittlere Zeitungsverlage im Rahmen ihres Mittelstandsprogramms. Eine Übersicht über die Kreditbeträge, die die KfW Presseunternehmen in den neuen Bundesländern für die Finanzierung von Investitionen in den Jahren 1990 bis 1990 zur Verfügung gestellt hat, gibt Tabelle B 75.

Im gleichen Zeitraum stellte die Deutsche Ausgleichsbank für zwölf Vorhaben von Presseverlagen ein Kreditvolumen von 6 Mio. DM bereit.

III. Rundfunk

1 Duale Rundfunkordnung

1.1 Einführung

Neue Übertragungstechniken wie Breitbandkabel und Satellit zu Beginn der achtziger Jahre und die bessere Ausnutzung der verfügbaren terrestrischen Frequenzen milderten den Frequenzmangel in wei-

ten Bereichen der Bundesrepublik Deutschland erheblich. Für die Verbreitung von Rundfunkprogrammen in der Bundesrepublik Deutschland standen neben terrestrischen Sendernetzen nunmehr auch Breitbandverteilnetze (BVN), Fernmelde- und Rundfunksatelliten zur Verfügung. Die sich mit den neuen Techniken eröffnenden Möglichkeiten hinsichtlich der Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen, der Erhöhung der Zahl der Anbieter und der grenzüberschreitenden Verbreitung der Programme sowie die sich daran anknüpfenden medienpolitischen und wirtschaftlichen Erwartungen machten eine Neuordnung der Rundfunkrahmenbedingungen notwendig.

In der Bundesrepublik Deutschland entstand ein Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und privat(wirtschaftlich)en Hörfunk- und Fernsehanbietern. Es wird in Abgrenzung zur früheren Alleinstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als „duale Rundfunkordnung" bezeichnet. In diesem System soll auch der Wettbewerb zwischen den Anbietern als Steuerungsinstrument dienen.

Den offiziellen Einstieg in das duale Rundfunksystem markieren die vier Kabelpilotprojekte in Ludwigshafen (Beginn: 1. Januar 1984), München (Beginn: 1. April 1984), Dortmund (Beginn: 1. Juni 1985) und Berlin (Beginn: 28. August 1985). Die Projekte beschränkten sich auf den Bereich Fernsehen, waren aber für das gesamte Rundfunkwesen richtungweisend.

1.2 Entwicklung

Die im Zuge der Auswertung dieser Pilotprojekte von den meisten Bundesländern angestrebte Rundfunkordnung eines geregelten Nebeneinanders von öffentlich-rechtlichem und privatwirtschaftlichem Rundfunk hat das Bundesverfassungsgericht mit dem 4. Rundfunkurteil vom 4. November 1986[79]) bestätigt.

Im Rahmen der Ausweitung der Satellitentechnik wurden auf dem Rundfunksatelliten TV-Sat drei Kanäle zur Nutzung durch private Veranstalter zur Verfügung gestellt mit einem nach Bundesländern definierten speziellen Verteilerschlüssel. Die Regelung über die Nutzung der begrenzten Anzahl der Kanäle durch die einzelnen Bundesländer bedurfte der Form eines Staatsvertrages. Da es nicht gelang, eine staatsvertragliche Regelung unter Beteiligung aller Bundesländer zu erreichen, wurden drei getrennte Staatsverträge abgeschlossen, regional nach der „Nordschiene"[80]) (Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein), „Südschiene"[81]) (Baden-Württemberg, Bayern, Rheinland-Pfalz) und „Westschiene"[82]) (Bremen, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland) getrennt. Diese Verträge ermöglichten die Abstrahlung privater Fernsehsendungen über Satellit und damit deren Einspeisung in Kabelanlagen.

In dem Staatsvertrag über die Neuordnung des Rundfunkwesens (Rundfunkstaatsvertrag — RfStV) vom 1./3. April 1987[83]) haben die Bundesländer erstmals gemeinsame Regelungen zur Einführung des bundesweit verbreiteten privaten Rundfunks (Hörfunk und Fernsehen) getroffen.

Nach der Herstellung der Einheit Deutschlands war es erforderlich, auch für die neuen Bundesländer die rechtlichen Rahmenbedingungen für das duale Rundfunksystem zu schaffen. In der ehemaligen DDR gab es nur zentralistisch beherrschten Rundfunk. Dennoch waren Hörfunk und Fernsehen als Teil des Mediensystems schon vor den Ereignissen im Herbst 1989 grenzüberschreitende Medien und damit einem publizistischen Wettbewerb ausgesetzt. Während Zeitungen und Zeitschriften die Grenze kaum überwinden konnten, waren die drahtlos ausgestrahlten Hörfunk- und Fernsehsendungen aus dem Westen die einzigen in der ehemaligen DDR frei zugänglichen und ohne Zensur umfassend informierenden Medien. Private Veranstalter waren dabei von untergeordneter Bedeutung. Ihre Frequenzen und technischen Reichweiten waren denen der öffentlich-rechtlich Rundfunkanstalten unterlegen.

Bei der Neuordnung des Rundfunksystems in den neuen Bundesländern war das Ziel, neben öffentlich-rechtlichen Veranstaltern von Anfang an auch private Anbieter zuzulassen. In Art. 36 des Einigungsvertrages[84]) wurde lediglich der Bestand des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geregelt. Der Vertrag enthielt jedoch keine Aussagen über die Einrichtung von privat betriebenen Hörfunk- und Fernsehsendeeinrichtungen in den neuen Ländern. Auch im Beitrittsgebiet fiel die diesbezügliche Entscheidungskompetenz den Ländern zu.

---

[79]) BVerfGE 73, 118 ff.

[80]) Staatsvertrag über die Veranstaltung von Fernsehen über Rundfunksatellit vom 20. März 1986, mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder wie folgt veröffentlicht: Berlin: GVBl., S. 817; Hamburg: GVBl., S. 168; Niedersachen: GVBl., S. 125; Schleswig-Holstein: GVBl., S. 103.

[81]) Staatsvertrag über die gemeinsame Nutzung eines Fernseh- und Hörfunkkanals auf Rundfunksatelliten vom 12. Mai 1986, mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder wie folgt veröffentlicht: Baden-Württemberg: GBl., S. 279, Bayern: GVBl. S. 226; Rheinland-Pfalz: GVBl., S. 170.

[82]) Staatsvertrag über die Veranstaltung von Fernsehen über Satellit vom 29. Juni/20. Juli 1989, mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder wie folgt veröffentlicht: Bremen: GBl., S. 387; Hessen: GVBl., S. 397; Nordrhein-Westfalen: GVBl., S. 385; Saarland: Amtsbl., S. 1702.

[83]) Der Staatsvertrag (in Kraft getreten am 1. Dezember 1987) wurde mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder wie folgt veröffentlicht: Baden-Württemberg: GBl., S. 511; Bayern: GVBl., S. 249; Berlin: GVBl., S. 2613; Bremen: GBl., S. 195; Hamburg: GVBl., S. 195; Hessen: GVBl., S. 165; Niedersachsen: GVBl. S. 183; Nordrhein-Westfalen: GVBl., S. 405; Rheinland-Pfalz: GVBl., S. 353; Saarland: Amtsbl., S. 1153; Schleswig-Holstein: GVBl., S. 233.

[84]) Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik über die Herstellung der Einheit Deutschlands, BGBl. II 1990, S. 885.

Der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 (Rundfunkstaatsvertrag — RfStV) legt die grundlegenden Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in einem dualen Rundfunksystem in allen 16 Bundesländern fest. Gleichzeitig erfolgte eine Anpassung des deutschen Rundfunkrechts an europäische Regelungen; hier mußten die Werberegelungen insbesondere an die EG-Fernsehrichtlinie[85]) und an das Fernseh-Übereinkommen des Europarates[86]) angepaßt werden. Der Rundfunkstaatsvertrag[87]) trat am 1. Januar 1992 in Kraft und löste den Staatsvertrag von 1987 ab. Er regelt übergeordnete, landesübergreifende Aufgabenstellungen. In einem fairen Miteinander sollen Bestand und Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ebenso wie der Aufbau und die Fortentwicklung des privaten Rundfunks sichergestellt werden. Hierzu gehört im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, dessen finanzielle Grundlagen zu erhalten und ihn an allen neuen Medientechniken sowie neuen Formen des Rundfunks teilhaben zu lassen.

Den privatwirtschaftlichen Rundfunkveranstaltern wird gemäß der Präambel des Staatsvertrages die Sicherung angemessener Einnahmequellen, vor allem aus Werbung und Entgelt zugesichert; die Präambel enthält auch die Verpflichtung, dem privaten Rundfunk ausreichende Sendekapazität einschließlich terrestrischer Fernsehfrequenzen nach Maßgabe des Landesrechts zur Verfügung zu stellen, und bekundet die Absicht, die bisherige Frequenzaufteilung und -nutzung im Hinblick auf einen Abbau der Doppel- und Mehrfachversorgung zu prüfen.

Der Rundfunkstaatsvertrag stellt beiden Rundfunksystemen die für die Veranstaltung von Rundfunk notwendigen Instrumente organisatorischer, technischer und finanzieller Art zur Verfügung. Gleichzeitig macht er deutlich, daß auch der private Rundfunk eine öffentliche Aufgabe ist und damit den gesetzlich vorgeschriebenen Programmanforderungen unterliegt.

Einheitlich geregelt sind im Rundfunkstaatsvertrag der Jugendschutz, die Kurzberichterstattung, die Werbung sowie für nationale Veranstalter Vorschriften zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Bestimmungen zur Förderung der europäischen Produktionswirtschaft.

Da Veranstaltung von Rundfunk grundsätzlich Angelegenheit der einzelnen Länder ist, haben diese die entsprechenden Regelungen für die Einführung und Ausgestaltung des privaten Rundfunks getroffen.[88]) Der Rundfunkstaatsvertrag legt hier nur die Mindestanforderungen fest.

1.3 Stand und Perspektiven

Zehn Jahre nach den Anfängen des dualen Rundfunksystems in Deutschland hat sich diese Rundfunkordnung in ganz Deutschland durchgesetzt, allerdings mit unterschiedlichen wirtschaftlichen Folgen. Die privaten Fernsehveranstalter haben im gesamten Bundesgebiet an Reichweiten und Werbeeinnahmen gewonnen; 1993 übernahm zeitweilig ein privater Fernsehanbieter die Marktführerschaft (ge-

---

[85]) Vgl. Kapitel G.II.8.2.2.

[86]) Vgl. Kapitel G.II.7.2.

[87]) Der Staatsvertrag wurde mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder wie folgt veröffentlicht: Baden-Württemberg: GBl., S. 745; Bayern: GVBl., S. 451; Berlin: GVBl., S. 309; Brandenburg: GVBl., S. 580; Bremen: GBl., S. 273; Hamburg: GVBl., S. 425; Hessen: GVBl., S. 367; Mecklenburg-Vorpommern: GVBl., S. 494; Niedersachsen: GVBl., S. 311; Nordrhein-Westfalen: GVBl., S. 408; Rheinland-Pfalz: GVBl., S. 369; Saarland: Amtsbl., S. 1290; Sachsen: GVBl., S. 425; Sachsen-Anhalt: GVBl., S. 478; Schleswig-Holstein: GVBl., S. 596; Thüringen: GVBl., S. 635.

[88]) Landesmediengesetz Baden-Württemberg (LMG BW) i. d. F. vom 17. März 1992 (GBl., S. 189). Bis 1992 galt in Bayern das Gesetz über die Erprobung und Entwicklung neuer Rundfunkangebote und anderer Mediendienste (Medienerprobungs- und Entwicklungsgesetz — MEG) vom 8. Dezember 1987 (GVBl., S. 431), das durch das Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und andere Mediendienste in Bayern (Bayerisches Mediengesetz — BayMG) vom 24. November 1992 (GVBl., S. 584) ersetzt wurde. In Berlin war bis 1992 Grundlage für den privaten Rundfunk das Kabelpilot- und Versuchsgesetz für drahtlosen Rundfunk im Land Berlin (Kabelpilotprojektgesetz — KPPG) vom 18. Dezember 1987 (GVBl., S. 964). In einem Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 29. Februar 1992 haben sich die beiden Länder auf ein gemeinsames Landesmediengesetz verständigt (Medienstaatsvertragsgesetz — MedienStVG); vgl. hierzu die Zustimmungsgesetze von Berlin vom 22. April 1992 (GVBl., S. 150) und Brandenburg vom 29. April 1992 (GVBl., S. 142); Bremisches Landesmediengesetz (BremLMG) i. d. F. vom 22. Juni 1993 (GBl., S. 197); Hamburgisches Mediengesetz (HambMedienG) vom 3. Dezember 1985 (GVBl., S. 315); geändert durch Art. 3 Gesetz zum Rundfunkstaatsvertrag vom 12. November 1987 (GVBl., S. 195), Art. 2 Gesetz zum Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag vom 6. Dezember 1988 (GVBl., S. 237); Gesetz über den privaten Rundfunk in Hessen (Hessisches Privatrundfunkgesetz — HPRG) vom 30. November 1988 (GVBl., S. 385); geändert durch Gesetz vom 28. November 1989 (GVBl., S. 397), Gesetz vom 29. Oktober 1991 (GVBl., S. 331), Gesetz vom 13. Dezember 1991 (GVBl., S. 367); Rundfunkgesetz für das Land Mecklenburg-Vorpommern (RG MV) vom 9. Juli 1991 (GVBl., S. 194); Niedersächsisches Landesrundfunkgesetz (NdsLRG) vom 9. November 1993 (GVBl., S. 523); Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LRG NW) i. d. F. der Bekanntgabe vom 31. März 1993 (GVBl., S. 172); Landesrundfunkgesetz Rheinland-Pfalz (LRG RP) i. d. F. vom 28. Juli 1992 (GVBl., S. 247); Rundfunkgesetz für das Saarland (LRG Saarland) Neufassung vom 9. August 1993 (Amtsbl., S. 781); Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen (Sächsisches Privatrundfunkgesetz — SächsPRG) vom 27. Juni 1991 (GVBl., S. 178); Gesetz über privaten Rundfunk in Sachsen-Anhalt (PRG Sa.-Anh.) vom 22. Mai 1991 (GVBl., S. 87); Rundfunkgesetz für das Land Schleswig-Holstein (LRG SH) vom 18. Dezember 1989 (GVBl., S. 225), zuletzt geändert durch Gesetz vom 12. Dezember 1991 (GVBl., S. 596); Thüringer Privatrundfunkgesetz (TPRG) vom 31. Juli 1991 (GVBl., S. 255).

messen an der Sehdauer).[89]) Im Hörfunkbereich verlief die Entwicklung insgesamt zögerlicher.[90])

Die in Deutschland zur Verfügung stehenden Frequenzen sind überwiegend verteilt. Über die Kabel- und Satellitentechnik war es jedoch möglich, die Zahl empfangbarer Rundfunkprogramme zusätzlich zu steigern.[91]) Die Hauptgründungsphase neuer Programme kann zwar als abgeschlossen angesehen werden, doch treten auch weiterhin neue Anbieter auf den Markt: Sie bieten neben Vollprogrammen in erster Linie Spartenprogramme an. Außerdem gewinnt aufgrund der Satellitentechnik und ihrer ständigen Fortentwicklung die Programmzuführung aus dem europäischen Ausland an Bedeutung. Durch die Einführung der neuen Übertragungstechnik der digitalen Kompression ist mit einer weiteren Erhöhung der Anzahl der empfangbaren Rundfunkprogramme zu rechnen.

2 Rechtliche und strukturelle Entwicklung

2.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

2.1.1 Fortentwicklung des Rundfunkrechts

Die sprunghafte Entwicklung im Bereich der Informations- und Kommunikationstechniken, die Einführung der dualen Rundfunkordnung und die Herstellung der Einheit Deutschlands haben dazu geführt, daß die medienrechtlichen Bestimmungen in den letzten Jahren sehr häufig geändert wurden. Darüber hinaus haben einige Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts Veranlassung gegeben, Gesetze zu novellieren. Bei der Mediengesetzgebung ist zwischen den Rundfunkstaatsverträgen aller Länder, den Rundfunkgesetzen einzelner Länder sowie den Rundfunkgesetzen des Bundes zu unterscheiden.

2.1.1.1 Rundfunkstaatsverträge

Durch den Rundfunkstaatsvertrag vom 1./3. April 1987[92]) haben, wie gesagt, die alten Bundesländer erstmals Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privatwirtschaftlichen Rundfunk in einem dualen Rundfunksystem geschaffen.

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gewährleistet der Vertrag Bestand und weitere Entwicklung. Den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF wurde die Möglichkeit eingeräumt, an allen neuen technischen Möglichkeiten zur Verbreitung von Rundfunkprogrammen teilzuhaben und über Satellit ein zusätzliches Fernsehprogramm mit kulturellem Schwerpunkt zu veranstalten. Vorrangige Finanzierungsquelle sollte weiterhin die Rundfunkgebühr sein.

Der Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991[93]) hat zum Ziel, ein in den alten und den neuen Bundesländern gleichermaßen geltendes Rundfunkrecht zu schaffen; dabei hat man wesentliche Bestimmungen aus den Staatsverträgen der alten Länder übernommen. Der Staatsvertrag ist in Form eines Artikel-Staatsvertrages abgeschlossen worden und umfaßt fünf selbständige rundfunkrechtliche Staatsverträge sowie den Bildschirmtext-Staatsvertrag:
Der Rundfunkstaatsvertrag (Art. 1) enthält eine Neufassung des Staatsvertrages von 1987, die durch die Herstellung der Einheit Deutschlands und durch die Anpassung des deutschen Rundfunkrechts an europäische Regelungen erforderlich wurde. Kernpunkt ist weiterhin die Rahmenordnung für das duale Rundfunksystem in Deutschland.

Der ARD-Staatsvertrag (Art. 2), der erstmals eine staatsvertragliche Regelung für die ARD schuf, beschränkt sich entsprechend den zuvor geltenden Normen auf wesentliche Vorschriften für die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten zur Veranstaltung des Ersten Fernsehprogramms.

Der ZDF-Staatsvertrag (Art. 3), durch den alle Bundesländer Träger des ZDF werden, enthält auch Neufassungen der für die Programmveranstaltung geltenden Vorschriften.

Die Neufassung des Rundfunkgebührenstaatsvertrages (Art. 4) führt zu einem einheitlichen Rundfunkgebührenrecht in allen Bundesländern.

Der Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (Art. 5) schließlich regelt die Höhe der Rundfunkgebühr, die in den neuen Bundesländern stufenweise den Gebühren in den alten Bundesländern angepaßt wird, einschließlich besonderer Zweckbindungen bei der Verwendung des Gebührenaufkommens, die Finanzierung der Landesmedienanstalten und den Finanzausgleich zwischen den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten.

Durch den Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" vom 17. Juni 1993[94]), in Kraft getreten am 1. Januar 1994, errichteten die Länder eine neue Körperschaft. Grundlage für diese Einrichtung war die Überleitung von Deutschlandfunk (DLF) und RIAS Berlin in die Zuständigkeit der Länder.[95])

2.1.1.2 Rundfunkgesetze der Länder

Im Berichtszeitraum haben die meisten Bundesländer die Rechtsgrundlagen der Landesrundfunkanstalten novelliert oder neu gefaßt; insbesondere in den neuen Bundesländern traten neue Gesetze in Kraft.[96]) Nachfolgend sind einige der wichtigsten Gesetzesänderungen dargestellt.

[89]) FUNK-Korrespondenz, Heft 1/94, S. 18.
[90]) Vgl. zur wirtschaftlichen Entwicklung des privaten Rundfunks Kapitel B.III.3.2.
[91]) Vgl. zur technischen Entwicklung Abschnitt C.
[92]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.1.2., Fußnote 83.
[93]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.1.2., Fußnote 87.
[94]) Vgl. stellvertretend das Zustimmungsgesetz des Landes Saarland: Gesetz vom 22. September 1993 (Amtsbl., S. 989).
[95]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.
[96]) Vgl. hierzu Kapitel D.II.2.2.

Mit dem Gesetz Nr. 1221 über die Zustimmung zum Rundfunkstaatsvertrag vom 16. September 1987[97]) konkretisierte der saarländische Gesetzgeber die Entwicklungsgarantie für den Saarländischen Rundfunk (SR) dahingehend, daß er ein zusätzliches landesweites Hörfunkprogramm unter Inanspruchnahme der Rundfunkgebühren veranstalten darf.

Durch das Gesetz Nr. 1235 über die Zustimmung zum Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag vom 10. November 1988[98]) schrieb der saarländische Gesetzgeber die Konkursunfähigkeit des SR fest und schuf damit ein weiteres Element für dessen Bestandsgarantie und die besondere Gewährleistungsfunktion des Staates für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Mit dem Staatsvertrag über die Konkursunfähigkeit des Norddeutschen Rundfunks (NDR) vom 10./14./15. November 1988[99]) wurde eine Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts vom 15. Januar 1987 umgesetzt, das für die Freistellung von der Beitragspflicht zur Insolvenzsicherung eine ausdrückliche gesetzliche Vorschrift über die Konkursunfähigkeit der Rundfunkanstalten gefordert hatte.[100])

Das Gesetz zu dem Staatsvertrag über die Höhe der Rundfunkgebühr und zur Änderung des Staatsvertrages über einen Finanzausgleich zwischen den Rundfunkanstalten (Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag) vom 21. Dezember 1988[101]) legte für den Hessischen Rundfunk (HR) fest, daß die „Reklamesendungen im Dritten Fernsehprogramm mit Ablauf des 31. Dezember 1992 eingestellt" und im Hörfunk beschränkt werden.

2.1.1.3 Rundfunkgesetze des Bundes

Das erste Gesetz zur Änderung des Gesetzes über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts vom 30. April 1990[102]) regelte die Zusammensetzung der Gremien von Deutschlandfunk und Deutscher Welle neu, um den Grundsatz der Staatsferne des Rundfunks deutlicher herauszustellen.

Durch das Gesetz über die Neuordnung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts und des RIAS Berlin (Rundfunkneuordnungsgesetz) vom 20. Dezember 1993[103]) wurden die rechtlichen Voraussetzungen dafür geschaffen, daß der Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag und der Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" Gesetzeskraft erlangen konnten. Gleichzeitig wurden die Rechtsgrundlagen des Deutschlandfunks und des RIAS Berlin aufgehoben.

2.1.2 Strukturelle Entwicklung

2.1.2.1 Rundfunk in der ehemaligen DDR

Der Rundfunk in der ehemaligen DDR war durch eine zentralistische Struktur geprägt. Er unterstand dem „Staatlichen Rundfunkkomitee beim Ministerrat der DDR", formal ein Organ der DDR-Regierung, in der Sache aber durch das Politbüro der SED und dessen ausführendes Organ im Medienbereich, die Abteilung Agitation des Zentralkomitees der SED, gelenkt, die bis zum 19. Oktober 1989 bestand.

Im Jahre 1968 hatte die DDR-Regierung das Staatliche Rundfunkkomitee in zwei selbständige Bereiche aufgeteilt: das Staatliche Komitee für Rundfunk (Hörfunk) und das Staatliche Komitee für Fernsehen.

Am 30. September 1989 gab es im Staatlichen Komitee für Rundfunk die Hörfunkprogramme Radio DDR I und Radio DDR II mit mehreren unterstellten Bezirkssendern, den Berliner Rundfunk, das Jugendradio DT 64, die Stimme der DDR sowie Radio Berlin International (Auslandsrundfunk), während zum Staatlichen Komitee für Fernsehen das Erste und das Zweite Programm des Fernsehens der DDR gehörten. Die Regierung unter Ministerpräsident Hans Modrow löste zwar beide Komitees am 21. Dezember 1989 auf, der Rundfunk blieb jedoch eine Einrichtung des Ministerrates.[104])

Die Volkskammer der DDR verabschiedete am 5. Februar 1990[105]) den Beschluß über die Gewährung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit, mit dem sie den Rundfunk aus der Unterstellung unter die Regierung entließ und die Zensur abschaffte. Sowohl für den „Rundfunk der DDR" als auch für das seit dem 12. März 1990 in „Deutscher Fernsehfunk" umbenannte Fernsehen der DDR wurden geschäftsführende Intendanten berufen.

Am 13. September 1990[106]) wurde in der Volkskammer der DDR ein Gesetz zur Überleitung des Rundfunks (Fernsehen, Hörfunk) in die künftige Gesetzgebungszuständigkeit der Länder — Rundfunküberleitungsgesetz — verabschiedet, demzufolge der Rundfunk der DDR in eine staatsunabhängige, föderal gegliederte Mehr-Länder-Anstalt mit Sitz in Berlin übergeführt werden sollte. Dieses Gesetz trat am 26. September 1990 in Kraft und verlor bereits wieder

---

[97]) Amtsbl., S. 1153.

[98]) Amtsbl., S. 1323.

[99]) Vgl. stellvertretend das Zustimmungsgesetz des Landes Hamburg: Gesetz vom 19. Dezember 1988 (GVBl., S. 313).

[100]) Nach einem Beschluß des Bundesverfassungsgerichts vom 5. Oktober 1993 ist ein Konkursverfahren über das Vermögen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten jedenfalls unter den gegenwärtigen Bedingungen der dualen Rundfunkordnung und des geltenden Konkursrechts nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG unzulässig (epd. Kirche und Rundfunk, Nr. 94 vom 1. Dezember 1993; vgl. auch Kapitel D.III.3.5).

[101]) GVBl., S. 406.

[102]) BGBl. I, S. 823.

[103]) BGBl. I, S. 2246.

[104]) Beschluß des Ministerrates über das Fernsehen der DDR und den Rundfunk der DDR vom 21. Dezember 1989 (GBl. I, S. 273).

[105]) GBl. I, S. 39.

[106]) GBl. I, S. 1563. Vgl. dazu auch Walter J. Schütz: Der (gescheiterte) Regierungsentwurf für ein Rundfunküberleitungsgesetz der DDR — Chronik und Dokumente. In: Arnulf Kutsch/Christina Holtz-Bacha/Franz R. Stuke (Hrsg.): Rundfunk im Wandel: Beiträge zur Medienforschung. Berlin 1992, S. 263—303.

seine Gültigkeit mit dem Inkrafttreten des Einigungsvertrages am 3. Oktober 1990[107]).

Am 2. Oktober 1990 stellte Radio Berlin International (RBI) seine Sendungen ein. Die Frequenzen wurden auf die beiden Rundfunkanstalten des Bundesrechts, Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF), aufgeteilt; die DW übernahm darüber hinaus 21 Mitarbeiter von RBI.

2.1.2.2 Rundfunkeinrichtung nach Art. 36 Einigungsvertrag

Die Grundlage für die Neuordnung der Rundfunklandschaft in den neuen Bundesländern bildete Art. 36 des Einigungsvertrages. Durch Art. 36 wurden der ehemalige „Rundfunk der DDR" und der ehemalige „Deutsche Fernsehfunk" als gemeinschaftliche staatsunabhängige, rechtsfähige Einrichtung von den neuen Bundesländern und dem Land Berlin für den Teil, in dem das Grundgesetz bis dahin nicht gegolten hatte, weitergeführt, soweit sie Aufgaben wahrnahmen, für die die Zuständigkeit der Länder gegeben war.

Die Einrichtung hatte die Aufgabe, die Bevölkerung in den genannten Gebieten nach den allgemeinen Grundsätzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit Hörfunk und Fernsehen für eine Übergangszeit zu versorgen. Diese Übergangszeit war bis zum 31. Dezember 1991 befristet, um einerseits den neuen Ländern Zeit zu lassen, eigene Ideen zur Verwirklichung der Rundfunkordnung zu entwickeln, andererseits aber auch den Zustand des Übergangs nicht zu lange andauern zu lassen.

Die Einrichtung wurde von dem Rundfunkbeauftragten geleitet, der am 15. Oktober 1990 von Vertretern der neuen Länder und Berlins gewählt wurde. Ihm stand der Rundfunkbeirat zur Seite, der sich am 9. Januar 1991 konstituierte und aus 18 Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bestand. Der Rundfunkbeirat hatte als zweites Organ der Einrichtung in Programmfragen ein Beratungsrecht sowie in wesentlichen Personal- und Wirtschaftsfragen ein Mitwirkungsrecht.

Die Länder hatten nach Art. 36 Abs. 6 Satz 1 die Möglichkeit, die Einrichtung nach Maßgabe der föderalen Struktur des Rundfunks durch einen gemeinsamen Staatsvertrag aufzulösen oder in Anstalten des öffentlichen Rechts einzelner oder mehrerer Länder überzuführen. Nachdem ein solcher Staatsvertrag nicht zustande kam, wurde die Einrichtung gemäß Art. 36 Abs. 6 Satz 2 zum 31. Dezember 1991 aufgelöst.

Durch die Verwaltungsvereinbarung über die vorläufige Weiterführung von DS Kultur auf den derzeit genutzten Frequenzen vom 25. November/2. Dezember 1991[108]) regelten ARD und ZDF die Fortführung des Programms von Deutschlandsender Kultur (DS Kultur)[109]) bis zur Gründung der vorgesehenen Gemeinschaftseinrichtung von ARD/ZDF zur Veranstaltung eines nationalen Hörfunks.[110]) Das ZDF schloß mit dem zur aufgabengerechten Fortführung von DS Kultur benötigten Personal befristete Arbeitsverträge.

Durch den Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland, dessen Ziel es u. a. war, ein in den alten und den neuen Bundesländern gleichermaßen geltendes Rundfunkrecht zu schaffen, hat der Rundfunk in allen Ländern der Bundesrepublik Deutschland eine einheitliche Rahmenordnung erhalten.

2.1.2.3 Rundfunkanstalten in den neuen Bundesländern

Durch die Auflösung der Einrichtung nach Art. 36 des Einigungsvertrages zum 31. Dezember 1991 waren die betroffenen Länder gezwungen, von ihrer Rundfunkkompetenz Gebrauch zu machen und neue Strukturen zu schaffen.

Die einsetzenden Überlegungen waren davon geprägt, die Errichtung eines staatsunabhängigen, föderalen Rundfunks unter gesellschaftlicher Kontrolle anzustreben. Dabei gab es zunächst erste Ansätze, die Bildung von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den neuen Bundesländern mit einer generellen Strukturdebatte über die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten zu verknüpfen. Die Forderungen, die föderalen Aspekte nicht überzubewerten und statt dessen lebensfähige Einheiten als Mehrländeranstalten zu gründen, fanden jedoch nicht überall Gehör.

Bereits Anfang 1991 einigten sich die Ministerpräsidenten von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen auf eine gemeinsame Landesrundfunkanstalt dieser drei Länder. Am 30. Mai 1991 unterzeichneten sie in Erfurt den Staatsvertrag über den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR).[111]) Damit entstand nach dem Vorbild des NDR eine Mehrländeranstalt mit Sitz in Leipzig, deren Gesamtverantwortung dem Intendanten obliegt und die in jedem der Staatsvertragsländer ein eigenes Landesfunkhaus unterhält.

Auch in den Bundesländern Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern gab es Überlegungen, eine Drei-Länder-Anstalt mit dem Namen „Nordostdeutscher Rundfunk" (NOR) zu gründen. Dieses Projekt fand nicht die Zustimmung des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Daraufhin hat das Land Brandenburg mit dem Gesetz über den „Rundfunk Brandenburg" (RBr-Gesetz) vom 6. November

[107]) BGBl. II, S. 885.

[108]) ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 92. Hamburg 1992, S. 471.

[109]) DS Kultur entstand am 16. Juni 1990 aus einer Fusion von Radio DDR 2 und Deutschlandsender; von 1971 bis zum 12. Februar 1990 hieß Deutschlandsender „Stimme der DDR" (vgl. ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 91. Hamburg 1991, S. 60, 63).

[110]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.

[111]) Vgl. Zustimmungsgesetze der Länder Sachsen vom 27. Juni 1991 (GVBl., S. 169); Sachsen-Anhalt vom 15. Juni 1991 (GVBl., S. 111); Thüringen vom 25. Juni 1991 (GVBl., S. 118).

1991[112]) die einzige Rundfunkanstalt im Gebiet der ehemaligen DDR errichtet, die von einem Bundesland allein getragen wird; mit dem Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den „Rundfunk Brandenburg" vom 20. Dezember 1991[113]) hat man die Anstalt in „Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg" (ORB) umbenannt.

Aufgrund der Vereinbarung über den Beitritt von MDR und ODR zur ARD vom 27. November 1991[114]) wurden der MDR und der ORB mit Wirkung vom 1. Januar 1992 Mitglieder der ARD mit allen Rechten und Pflichten.

Mecklenburg-Vorpommern nahm nach dem Scheitern des Projekts NOR die Verhandlungen mit den Staatsvertragsländern des NDR wieder auf, um die Frage seiner Beteiligung am NDR zu klären. Diese Gespräche führten schließlich zum Abschluß des Staatsvertrages über den Norddeutschen Rundfunk (NDR) vom 17./18. November 1991[115]), der das Sendegebiet des NDR auf Mecklenburg-Vorpommern erweiterte.

In Berlin dehnte der Sender Freies Berlin (SFB) sein Sendegebiet auf die gesamte Stadt aus. Dies war ohne Änderung des Rundfunkgesetzes möglich, da nach den Bestimmungen des Gesetzes über die Vereinheitlichung des Berliner Landesrechts vom 28. September 1990[116]) das Gesetz über die Errichtung einer Rundfunkanstalt „Sender Freies Berlin" seit dem 3. Oktober 1990 in dem gesamten Gebiet gilt, das gemäß dem Einigungsvertrag das Land Berlin bildet. Dementsprechend erstreckte sich bereits seit diesem Zeitpunkt das Sendegebiet des SFB auf ganz Berlin.

Berlin und Brandenburg haben angesichts der engen kulturellen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verflechtungen innerhalb des Großraums Berlin-Brandenburg am 29. Februar 1992 einen Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks[117]) abgeschlossen, um zu einer gemeinsamen Rundfunkordnung zu gelangen. Danach sollen die beiden Landesrundfunkanstalten eng zusammenarbeiten und die verfügbaren Ressourcen möglichst wirtschaftlich nutzen. Die Anstalten sind zu diesem Zweck berechtigt und verpflichtet, gemeinsam gestaltete Programme im Hörfunk und Fernsehen zu veranstalten sowie sonstige Aufgaben in Kooperation wahrzunehmen.

[112]) GVBl., S. 472.

[113]) GVBl., S. 693; aufgrund eines Beschlusses des Rundfunkrates vom 15. November 1991 wurde RBr übergangsweise in „Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg" (ODR) umbenannt.

[114]) ARD-Jahrbuch 1992, S. 463.

[115]) Vgl. Zustimmungsgesetze der Länder Hamburg vom 10. März 1992 (GVBl., S. 39); Mecklenburg-Vorpommern vom 18. Februar 1992 (GVBl., S. 77); Niedersachsen vom 25. Februar 1992 (GVBl., S. 41); Schleswig-Holstein vom 26. Februar 1992 (GVBl., S. 120).

[116]) GVBl., S. 2119.

[117]) Vgl. BrandGVBl., S. 141.

2.1.2.4 Neuordnung des bundesweiten Hörfunks

Der DLF als Rundfunkanstalt des Bundesrechts und der RIAS Berlin als Gründung der seinerzeitigen Besatzungsmacht USA haben in der Zeit vor der Herstellung der Einheit Deutschlands inländischen Rundfunk für ganz Deutschland veranstaltet und damit dem verfassungsrechtlichen Ziel entsprochen, die Einheit und Freiheit Deutschlands zu vollenden.

Nach der Herstellung der Einheit Deutschlands wurden sowohl DLF als auch RIAS Berlin, der nach dem 3. Oktober 1990 auf der Grundlage von Art. 2 des Übereinkommens zur Regelung bestimmter Fragen in bezug auf Berlin vom 25. September 1990 i. V. m. Art. 1 der Verordnung zu dem Übereinkommen vom 28. September 1990[118]) als amerikanische Einrichtung nach deutschem Recht fortbestand, zunächst unverändert weitergeführt.

Man war sich einig, mit dem Vollzug der Einheit die inländischen Programmaufträge von DLF und RIAS nicht mehr wie bisher fortzuführen. Die Neuordnung des bundesweiten Hörfunks, die daraufhin in Abstimmung mit den Bundesländern eingeleitet werden mußte, vollzog sich in mehreren Schritten.

2.1.2.4.1 RIAS-TV

Die Bundesregierung und die Ministerpräsidenten der Länder verständigten sich am 4. Dezember 1991, bereits vor einer endgültigen Neuordnung des nationalen Hörfunks als ersten Schritt das Programm von RIAS-TV zu beenden. RIAS-TV, das seinen Sendebetrieb am 22. August 1988 aufgenommen hatte, stellte zum 28. März 1992 seine Sendungen endgültig ein und gab die entsprechenden Frequenzen zurück. Am 1. April 1992 startete die DW mit den sächlichen und personellen Mitteln von RIAS-TV die Ausstrahlung eines Satelliten-Fernsehinformationsprogramms in deutscher und englischer Sprache. Dieses Programm wurde zunächst über den Satellit EUTELSAT ausgestrahlt und war somit in ganz Europa von den Kanarischen Inseln bis Moskau und von Israel bis Skandinavien zu empfangen.

2.1.2.4.2 RIAS 2

In einem zweiten Schritt der Neuordnung wurde am 31. Mai 1992 das zweite Hörfunkprogramm von RIAS Berlin, das Programm RIAS 2, eingestellt. Am 1. Juni 1992 ging der private Hörfunkanbieter r. s. 2 auf Sendung, der einen Großteil der Mitarbeiter von RIAS 2 übernahm. Die Anstalt für Kabelkommunikation in Berlin verband den Start von r. s. 2 mit strengen Auflagen für die Programmgestaltung und für den Werbeumfang. In den ersten drei Monaten war Werbung gänzlich ausgeschlossen, und bis zum 31. Dezember 1993 durfte je Sendestunde nur fünf Minuten geworben werden. Eine weitere Auflage bestand darin, wesentliche Programmelemente von RIAS 2 zu übernehmen, insbesondere den im Vergleich zu anderen

[118]) BGBl. II, S. 1273.

Hörfunkprogrammen überdurchschnittlichen Anteil an Informationen.

2.1.2.4.3 Deutschlandfunk (DLF) und RIAS 1

Nach längeren Verhandlungen einigten sich die Bundesregierung und die Ministerpräsidenten der Länder am 25. Juni 1992 über die Grundlagen für die Organisation eines bundesweiten Hörfunks unter Einbeziehung von DLF, RIAS und DS Kultur.[119]) Diese Einigung sah vor, eine rechtsfähige Körperschaft des öffentlichen Rechts zu errichten, die als Gemeinschaftseinrichtung von ARD und ZDF zwei werbefreie Programme veranstaltet, die beide ihre Schwerpunkte in den Bereichen Information und Kultur haben, ausgestrahlt aus den Funkhäusern in Köln und Berlin. Um die Errichtung der Körperschaft zu erleichtern, wurde ein Gründungsausschuß für den bundesweiten Hörfunk gebildet, der beratende Funktion beim Aufbau der Programmgestaltung hatte; der Gründungsausschuß nahm am 22. Oktober 1992 seine Tätigkeit auf.

Im Hinblick auf die Überleitung des DLF in die Zuständigkeit der Länder hat die DW die für die Ausstrahlung der Fremdsprachenprogramme zuständige Hauptabteilung Europa des DLF zum 1. Juli 1993 übernommen.

Nach weiteren Verhandlungen unterzeichneten die Bundesregierung und die Länder am 17. Juni 1993 in Berlin den Staatsvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und den Ländern über die Überleitung von Rechten und Pflichten des Deutschlandfunks und des RIAS Berlin auf die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" — Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag —, der am 1. Januar 1994 in Kraft trat.[120]) Durch den Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag leistete die Bundesregierung dem Deutschlandradio erhebliche Starthilfen durch die Freistellung von Altlasten, die Bereitstellung von Grundstücken, Gebäuden und technischer Ausstattung, die Beteiligung an der Orchester-Gesellschaft für die vorhandenen Klangkörper sowie die Übernahme von Beschäftigten des DLF und des RIAS Berlin zur DW. Damit wurde dem Deutschlandradio der notwendige sächliche und personelle Bestand gewährt, um seine Tätigkeit aufnehmen zu können. Aus dem Gebührenaufkommen für den bundesweiten Hörfunk erhielt der Bund als Ausgleich für die einzubringenden Werte und Leistungen eine Zahlung in Höhe von 155 Mio. DM.

Ebenfalls am 17. Juni 1993 unterzeichneten die Ministerpräsidenten der Länder den Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio"[121]). Das Deutschlandradio wird gemeinsam von ARD und ZDF betrieben und hat seinen Sitz in Köln und Berlin. Seit dem 1. Januar 1994 werden zwei werbefreie Hörfunkprogramme mit Schwerpunkt in den Bereichen Information und Kultur ausgestrahlt. Im 40 Mitglieder umfassenden Hörfunkrat sitzen drei Vertreter des Bundes neben 16 Vertretern der Länder und 21 Vertretern von gesellschaftlichen Verbänden oder Organisationen; in dem acht Mitglieder umfassenden Verwaltungsrat ist der Bund durch einen Vertreter repräsentiert.

2.1.2.5 RIAS BERLIN-Kommission

Am 19. Mai 1992 haben die Regierung der Bundesrepublik Deutschland und die Regierung der Vereinigten Staaten von Amerika in Berlin das Abkommen über die Förderung der deutsch-amerikanischen Völkerverständigung im Rundfunkwesen und die Durchführung von Austauschprogrammen für Rundfunkfachleute unterzeichnet; das Abkommen trat am 26. Oktober 1992 in Kraft.[122]) Die RIAS BERLIN-Kommission hat das Ziel, das RIAS-Erbe des objektiven Journalismus und der deutsch-amerikanischen Zusammenarbeit durch die Förderung der Völkerverständigung im Rundfunkbereich fortzuführen. Dies geschieht in Form eines breiten Spektrums medienbezogener Aktivitäten, z. B. die Durchführung von Austauschprogrammen für Rundfunkfachleute und die Förderung von Rundfunkproduktionen.

2.1.2.6 Auslandsrundfunk Deutsche Welle (DW)

Das Gesetz über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts vom 29. November 1960[123]) hat die derzeit gültige Rechtsgrundlage für die Rundfunkanstalt des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) geschaffen. Die DW hat den gesetzlichen Auftrag, Rundfunksendungen für das Ausland zu veranstalten, den Rundfunkteilnehmern im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland zu vermitteln und ihnen die deutsche Auffassung zu wichtigen Fragen darzustellen und zu erläutern.

Nach der Überleitung des Deutschlandfunks ist die DW die einzige Bundesrundfunkanstalt; sie ist Mitglied der ARD, wird jedoch im Gegensatz zu den Landesrundfunkanstalten nicht aus Gebühren, sondern aus Steuermitteln finanziert.

Die DW ist staatsfern und unabhängig organisiert und wird von den beiden Organen Verwaltungs- und Rundfunkrat kontrolliert. Diesen Aufsichtsgremien gehören neben Vertretern von Bundesregierung, Bundestag und Bundesländern mehrheitlich Vertreter von gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen an.

Die DW erfüllt ihren gesetzlichen Auftrag, indem sie Hörfunkprogramme in 40 Sprachen[124]), darunter auch ein deutschsprachiges Programm, in alle Teile der Welt ausstrahlt. Damit bietet sie Hörern in der ganzen Welt ein Informationsprogramm, dessen

[119]) Vgl. Ergebnisprotokoll der Ministerpräsidentenkonferenz vom 25. Juni 1992 und Ergebnisprotokoll der Besprechung des Bundeskanzlers mit den Regierungschefs der Länder am 25. Juni 1992.

[120]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.1.3., Fußnote 103.

[121]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.1.1, Fußnote 94.

[122]) BGBl. II, S. 910.

[123]) BGBl. I, S. 862.

[124]) Stand: Juli 1993.

Nachrichten- und Magazinsendungen fortlaufend aktualisiert werden.

Das deutsche Programm spricht im wesentlichen drei Zielgruppen an:
- die deutschstämmigen Hörer in aller Welt, die sich auf Dauer in anderen Ländern niedergelassen haben,
- Deutsche, die sich auf Zeit im Ausland aufhalten,
- deutschlernende und deutschsprechende Ausländer.

Seit dem 1. April 1992 strahlt die DW auch ein tägliches aktuelles Fernsehprogramm aus.[125]) Über mehrere Satelliten abgestrahlt kann das 14stündige Programm in ganz Europa von den Kanarischen Inseln bis Moskau und von Israel bis Skandinavien, in Nord-, Mittel- und Südamerika sowie teilweise bereits in Afrika, Asien und Australien empfangen werden. Das Angebot umfaßt halbstündige Nachrichtenjournale, Magazinsendungen sowie Dokumentationen, Interviews und Reportagen zu Einzelthemen. Magazinsendungen werden in Deutsch, alle übrigen Sendungen einschließlich der Nachrichtenjournale in den Sendesprachen Deutsch, Englisch und Spanisch verbreitet.

2.1.3 Entwicklungen im Programmbereich der Rundfunkanstalten

Die Entwicklung im Bereich der Programme war zunächst vom allmählichen Anstieg der Zahl privater Hörfunk- und Fernsehanbieter geprägt, die sich mit unterschiedlichem Erfolg neben den bis dahin konkurrenzlosen öffentlich-rechtlichen Anstalten etablierten. Diese waren gezwungen, sich auf die mit der Einführung des dualen Rundfunksystems gegebene neue Situation einzustellen. Nachdem eine Vielzahl privater Veranstalter auf dem Markt Fuß gefaßt hatte, gerieten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch Rückgänge bei den Werbeeinnahmen[126]) in zunehmende finanzielle Schwierigkeiten. Dies führte zu Sparmaßnahmen auf allen Gebieten und löste Diskussionen über die Notwendigkeit anstaltsinterner Strukturreformen aus, die noch nicht abgeschlossen sind. Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird derzeit nach einem Weg gesucht, wie in erkennbarer Unterscheidung von der privaten Konkurrenz und unter Beachtung des Grundversorgungsauftrages die Zukunft der Anstalten in finanziell tragbarer Weise zu gestalten ist.

Weitere strukturelle Änderungen ergaben sich durch den Aufbau der föderalen Rundfunkstruktur in den neuen Bundesländern, die zu der Gründung von zwei neuen Rundfunkanstalten und der Erweiterung des Sendegebiets zweier Rundfunkanstalten führte.[127])

[125]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.1.
[126]) Vgl. ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 93. Hamburg 1993, S. 117.
[127]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.3.

2.1.3.1 Inhalt und Anzahl der Programme

Das inländische Programmangebot der ARD-Anstalten[128]) und des ZDF hat sich im Berichtszeitraum erheblich vergrößert. Insbesondere im Hörfunkbereich der ARD-Anstalten ist eine Erweiterung auf bis zu fünf Programme pro Anstalt festzustellen. In der Sparte Fernsehen haben ARD und ZDF durch die Einführung neuer Programme ebenfalls ihr Angebot ausgedehnt.

2.1.3.1.1 Hörfunkprogramme

Die Grundversorgung der Bevölkerung mit Hörfunk ist Aufgabe der elf öffentlich-rechtlich organisierten Landes- bzw. Mehr-Länder-Rundfunkanstalten. Diese bieten ihrem Programmauftrag gemäß den Hörfunkteilnehmern ihres jeweiligen regional definierten Sendegebiets Information, Bildung und Unterhaltung an, verteilt auf jeweils drei bis fünf verschiedene Hörfunkprogramme.

Das inländische Programmangebot der ARD-Anstalten umfaßte Ende 1985[129]), zu Beginn des Berichtszeitraums:
- 31 deutschsprachige Hörfunkprogramme einzelner Landesrundfunkanstalten, bestimmt jeweils für das Sendegebiet einer Anstalt bzw. eines Landes im Sendegebiet;
- drei verschiedene gemeinsame Nachtprogramme der Landesrundfunkanstalten, die von den einzelnen Anstalten übernommen und nach Bedarf an ihre eigenen Programmfolgen „angehängt" werden;
- ein gemeinsam finanziertes Programm in verschiedenen Fremdsprachen für Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland, das alle Landesrundfunkanstalten im Paket oder in Auswahl übernehmen;
- ein deutschsprachiges 24-Stunden-Programm des DLF;
- zwei deutschsprachige Programme von RIAS Berlin mit eigenem Nachtprogramm.

Bis Ende 1992 hat sich die Zahl der deutschsprachigen Hörfunkprogramme von 31 auf 49 erhöht;[130]) u. a. strahlt seit 1992 der MDR fünf und der ORB drei Hörfunkprogramme aus. RIAS Berlin verbreitete nach der Privatisierung von RIAS 2 zum 1. Juni 1992[131]) bis zum 31. Dezember 1993 nur noch ein Programm. Seit dem 1. Januar 1994 sendet das Deutschlandradio zwei Programme aus Köln bzw. Berlin, nachdem der DLF und der RIAS Berlin in diese neue Körperschaft übergeleitet wurden.[132])

Nach Berechnungen des DIW hat sich zwischen 1985 und 1990 der Umfang der öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme insgesamt von 14 829 000 Minuten

[128]) BR, HR, NDR, RB, SR, SFB, SDR, SWF, WDR, zusätzlich seit dem 1. Januar 1992 ORB und MDR sowie die Anstalt des Bundesrechts DW und bis zum 31. Dezember 1993 DLF und RIAS Berlin (als assoziiertes Mitglied mit beratender Stimme).
[129]) ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 86. Hamburg 1986, S. 180.
[130]) ARD-Jahrbuch 1993, S. 132.
[131]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.2.
[132]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.

auf 17 665 000 Minuten erhöht. Von 1991 auf 1992 ist für das vereinigte Deutschland ein weiteres Wachstum von 19 139 000 auf 23 150 000 Minuten zu verzeichnen. Das Verhältnis von Wort- und Musikanteilen in den öffentlich-rechtlichen Programmen schwankte zwischen 1985 und 1990 zwischen 36,4 % (Wort) und 57,7 % (Musik) und 35,9 % (Wort) und 58,6 % (Musik). Eine Verschiebung ist im vereinigten Deutschland von 1991 auf 1992 zu beobachten: Betrug der Wortanteil im Jahre 1991 noch 35,3 %, so kletterte er im Laufe des Jahres auf 42,3 %. Der Anteil der Musikinhalte ging von 59,8 % (1991) auf 53,5 % (1992) zurück.[133])

2.1.3.1.2 Fernsehprogramme

Auch die Grundversorgung der Bevölkerung mit Fernsehen ist Aufgabe der öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunkanstalten, nämlich einerseits der elf Landes- bzw. Mehr-Länder-Rundfunkanstalten und andererseits des ZDF. Alle sind — mit unterschiedlichen Akzentsetzungen im einzelnen — gehalten, binnenpluralistische Programme mit Informations-, Bildungs- und Unterhaltungssendungen anzubieten.[134])

Neben ihrem gemeinsamen Hauptprogramm, dem Ersten Deutschen Fernsehen, veranstalteten die Landesrundfunkanstalten 1985 folgende Programme:[135])
- ein bundesweites Vormittagsprogramm gemeinsam mit dem ZDF;
- acht regionale Vorabendprogramme, wobei SWF und SDR kooperieren;
- fünf Dritte Fernsehprogramme: das Bayerische Fernsehen, Hessen Drei, das Programm der Nordkette (NDR, RB, SFB)[136]), Südwest 3 (SR, SDR, SWF) und das Westdeutsche Fernsehen (WDF)[137]);
- Schulfernsehsendungen (zum Teil von einigen Anstalten gemeinsam).

Daneben strahlt das ZDF sein Programm „Zweites Deutsches Fernsehen" sowie seit 1984 3sat — ein Satellitenprogramm mit kulturellem Schwerpunkt — aus, an dem die Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) und der Österreichische Rundfunk (ORF) beteiligt sind.[138])

Dieses Programmangebot wurde im Berichtszeitraum wie folgt ausgedehnt:
- 29. März 1986: Sendestart des Satellitenprogramms EINS PLUS der ARD, ein Kulturprogramm mit europäischem Akzent unter Beteiligung der Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG);[139])
- 2. Oktober 1989: Start des gemeinsamen Mittagsmagazins von ARD und ZDF, eines Magazins mit Nachrichten, Hintergrundinformationen zum politischen Tagesgeschehen, Ratgeber- und Service-Beiträgen, Wirtschafts- und Börseninformationen sowie Unterhaltung;[140])
- 30. Mai 1992: Sendestart von ARTE, des Europäischen Kulturkanals unter Beteiligung von ARD und ZDF;[141])
- 13. Juli 1992: Einführung eines gemeinsamen Frühstückfernsehens von ARD und ZDF, das im wöchentlichen Wechsel veranstaltet wird.[142])

Zum 1. Januar 1992 hat sich die Zahl der regionalen Vorabendprogramme von acht auf zehn erhöht (MDR und ORB), und die Zahl der Dritten Fernsehprogramme stieg von fünf auf sieben (MDR-Fernsehen, das Fernsehen Brandenburg). Ab 1. Oktober 1992 startete der SFB nach seinem Ausstieg aus der Nordkette N 3 sein eigenes Drittes Fernsehprogramm unter dem Titel B 1, wobei tagsüber das Programm in enger Kooperation mit dem MDR und in kleinen Teilen mit dem ORB gestaltet wird.[143])

Zum 1. Dezember 1993 stellte die ARD ihr eigenes Kulturprogramm EINS PLUS ein und trat als gleichberechtigter Partner bei 3sat ein (Beteiligung: ARD und ZDF je 30 %, SRG und ORF zusammen 40 %).

2.1.3.2 Ausstrahlung der Programme

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben die Aufgabe, den Rundfunkteilnehmern ihres jeweiligen regional definierten Sendegebiets Programme anzubieten.

Die Versorgung mit den Hörfunkprogrammen der Landesrundfunkanstalten erfolgt terrestrisch über UKW-, MW- und zum Teil KW-Sender, das Programm des DLF wurde zusätzlich über LW-Sender verbreitet. Außerdem nutzen die meisten Rundfunkanstalten ergänzend die Satellitentechnik. Fast alle Landesrundfunkanstalten strahlen eines ihrer Programme über Digitalen Satellitenrundfunk (DSR) aus.[144])

Auch die meisten Fernsehprogramme werden terrestrisch ausgestrahlt; dies gilt für das Erste Programm der ARD, das ZDF-Programm, das Morgenmagazin, das Vormittagsprogramm, das Mittagsmagazin, die Vorabendprogramme, die Dritten Programme und das Schulfernsehen.[145])

Daneben werden das Bayerische Fernsehen, N 3 und West 3 zusätzlich via Satellit Kopernikus verbreitet und sind damit bundesweit in Kabelhaushalten und/oder direkt über Satellitenantenne zu empfangen.[146]) Auch die Programme 3sat und ARTE werden über Kabel und Satellit ausgestrahlt; gleiches galt bis zu dessen Einstellung für EINS PLUS.

Nachdem bereits seit dem 26. September 1991 der NDR sein Drittes Fernsehprogramm N 3 über den Sa-

[133]) Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Gesamtwirtschaftliche Position der Medien in den Jahren 1982—1992 (siehe Kapitel B.I.2, Fußnote 4).
[134]) ARD-Jahrbuch 1993, S. 150.
[135]) ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 85. Hamburg 1985, S. 194.
[136]) Ab 1. Januar 1989: N3 (siehe ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 89. Hamburg 1989, S. 208).
[137]) Ab 1. Januar 1988: West 3 (siehe ebd., S. 209).
[138]) Zweites Deutsches Fernsehen (Hrsg.): ZDF-Jahrbuch 92. Mainz 1993, S. 141.
[139]) ARD-Jahrbuch 1989, S. 175.
[140]) ARD-Jahrbuch 1990, S. 211.
[141]) ARD-Jahrbuch 1993, S. 150.
[142]) Ebd.
[143]) Ebd., S. 170.
[144]) Ebd., S. 132.
[145]) Ebd., S. 150.
[146]) Ebd. (Stand: 1992).

tellit Astra verbreitete und dieses Programm damit nicht nur bundesweit, sondern mit entsprechenden Satellitenantennen europaweit direkt zu empfangen war[147]), wurden im Jahr 1993 auch die Programme von ARD, ZDF sowie die Dritten Fernsehprogramme Südwest 3, MDR 3, West 3 und des Bayerischen Fernsehens auf den direktabstrahlenden Satelliten Astra aufgeschaltet.[148]) Nach Angaben von ARD und ZDF wollen die Anstalten auf diesem Wege die technische Grundversorgung für das ARD- und das ZDF-Programm in den neuen Bundesländern sichern.[149])

2.1.4 Kontrolle der Rundfunkanstalten

Die etwa seit Ende der achtziger Jahre verstärkt zu beobachtenden Gewaltszenen vor allem in den Programmen privater Fernsehveranstalter haben dazu geführt, daß die Frage nach einer wirksamen Kontrolle auch der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit zunehmender Dringlichkeit gestellt wurde. Die im öffentlich-rechtlichen Bereich bestehenden Kontrollmechanismen und -instrumente sind von unterschiedlicher Art und Zielsetzung, so daß eine Differenzierung erforderlich ist.

2.1.4.1 Kontrolle durch die Gremien der Anstalten

Die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Anstalten ist primär eine anstaltsinterne Aufgabe und obliegt den Gremien Rundfunkrat und Verwaltungsrat. Diese Zuständigkeitsregelung soll die Freiheit des Rundfunks von staatlicher Beherrschung und Einflußnahme sicherstellen.

2.1.4.1.1 Rundfunkrat

Der Rundfunkrat vertritt bei der Anstalt die Interessen der Allgemeinheit. Diese Aufgabenstellung ist fast gleichlautend in allen einschlägigen Gesetzen formuliert.[150]) Infolgedessen wird dem Rundfunkrat eine Art parlamentarischer Funktion zuerkannt. Als Verkörperung der besonderen öffentlichen Verantwortung des Rundfunks hat er vor allem dafür zu sorgen, daß die verschiedenen Auffassungen im Programm angemessen zu Wort kommen. Dies soll er auch durch seine Zusammensetzung überwiegend aus Vertretern der sog. gesellschaftlich relevanten Gruppen und Organisationen erreichen können. Daneben sind im Rundfunkrat Mitglieder aus dem staatlichen Bereich vertreten, benannt entweder von den Regierungen oder von den Parlamenten. Es ist Aufgabe der Gesetzgeber, die Zahl der Staatsvertreter so zu regeln, daß das Gebot der Staatsferne des Rundfunks gewahrt bleibt. Die Befugnisse des Rundfunkrats erstrecken sich auf die gesamte Tätigkeit der Anstalt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt im Programmbereich. Der Rundfunkrat hat vor allem darauf zu achten, daß die gesetzlichen Programmgrundsätze eingehalten werden. Daneben hat der Rundfunkrat die Möglichkeit, auf Haushalts- und Personalangelegenheiten einzuwirken und auf diese Weise den Gang der Geschäfte zu beeinflussen, insbesondere durch die Feststellung des Haushaltsplans und die Wahl des Intendanten.

Vor allem die immer nur nachträglich gegebene Einwirkungsmöglichkeit des Rundfunkrates, aber auch die Größe der Gremien und die daraus resultierende Schwerfälligkeit haben wiederholt zu Zweifeln an der Effizienz der Kontrolle geführt. Abgesehen davon, daß das Bundesverfassungsgericht diese Form der binnenpluralen Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in ständiger Rechtsprechung als ausreichend angesehen hat, darf man allerdings schon die bloße Existenz eines mit Kontrollbefugnissen ausgestatteten Rundfunkrates in ihrer Wirkung nicht unterschätzen.

2.1.4.1.2 Verwaltungsrat

Neben dem Rundfunkrat ist als weiteres Kontrollgremium der öffentlich-rechtlichen Anstalten der Verwaltungsrat tätig. Er hat die Aufgabe, die Geschäftsführung des Intendanten außerhalb der Programmgestaltung zu überwachen.[151]) Mit der Befugnis, den Haushaltsplan der Anstalt zu prüfen, bevor dieser dem Rundfunkrat zur Billigung vorgelegt wird, kann der Verwaltungsrat jedoch auf die gesamte Tätigkeit der Anstalt und mittelbar auch auf die Programmgestaltung einwirken.

Nicht zu unterschätzen ist daneben der Zustimmungsvorbehalt des Verwaltungsrats bei zahlreichen Rechtsgeschäften, die der Intendant für die Anstalt abschließen will. Jede Einzelmaßnahme, deren finanzielle Auswirkung über einen bestimmten, für die einzelnen Anstalten unterschiedlich geregelten Betrag hinausgeht, hat er dem Verwaltungsrat zur Zustimmung vorzulegen. Hierzu gehört auch der Abschluß der Anstellungsverträge mit leitenden Mitarbeitern. Darüber hinaus wirken die Verwaltungsräte mit unterschiedlichen Einzelkompetenzen bei der Intendantenwahl mit. Auch angesichts dieser Befugnisse wird deutlich, daß die Funktion des Verwaltungsrats durchaus den Programmbereich der Anstalten berührt, obwohl der Schwerpunkt in der Kontrolle der Geschäftsführung zu sehen ist.

2.1.4.2 Personalvertretungen

Die Personalvertretungen sind bei den meisten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht in das Kontrollverfahren eingebunden. Sofern eine Beteiligung der Personalvertretungen vorgesehen ist, hat man unterschiedliche Formen gewählt. Bei einigen Anstalten entsendet der Personalrat zwei oder drei Mitglieder in den Verwaltungsrat[152]), bei anderen wählen die Beschäftigten der Anstalt direkt Vertreter

---

[147]) ARD-Jahrbuch 1992, S. 139.
[148]) FUNK-Korrespondenz, Heft 35/93, S. 13.
[149]) Ebd.
[150]) Vgl. beispielhaft § 9 BRfG (BGBl. I 1960, S. 862).
[151]) Vgl. beispielhaft § 11 BRfG (BGBl. I 1960, S. 862).
[152]) Vgl. die Regelungen beim WDR, SFB, ORB.

in den Verwaltungsrat.[153]) I. d. R. steht diesen Mitgliedern des Verwaltungsrates auch das Recht zu, mit beratender Stimme an den Sitzungen des Rundfunkrates teilzunehmen.

2.1.4.3 Staatliche Aufsicht

Die meisten Gesetze über die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sehen eine staatliche Rechtsaufsicht über die jeweilige Anstalt vor.[154]) Sie entsprechen damit der Feststellung des Bundesverfassungsgerichts im Fernsehurteil von 1961[155]), die Rundfunkanstalten seien höchstens einer beschränkten staatlichen Rechtsaufsicht unterworfen. Trotz dieser höchstrichterlichen Feststellung der Zulässigkeit ist die Rechtsaufsicht über den Rundfunk im Hinblick auf den Grundsatz der Staatsferne ein schwieriger Bereich. Entsprechend selten ist es bisher zu konkreten Maßnahmen der Rechtsaufsicht gekommen.

Die andauernde Diskussion über die Rechtsaufsicht bezieht sich hauptsächlich auf die Grenzen, die dem Staat bei Ausübung seiner Befugnisse gesetzt sind. Dabei besteht weitgehend Übereinstimmung hinsichtlich der Subsidiarität der staatlichen Aufsicht. Der Staat darf erst eingreifen, wenn die anstaltsinterne Kontrolle durch die Gremien versagt hat.[156]) Zunächst müssen also die Gremien Gelegenheit gehabt haben, Fehler zu korrigieren. Daneben wird diskutiert, ob und wie sich eine Beschränkung der Rechtsaufsicht durch Ausklammerung des Programmbereichs herbeiführen läßt. Auch in der Wahl der Aufsichtsmittel liegt eine Beschränkung: Um die Staatsferne des Rundfunks zu wahren, darf der Staat lediglich auf festgestellte Verstöße hinweisen, nicht aber selbst und unmittelbar den Mangel beseitigen. Ungeschrieben gilt für alle staatlichen Aufsichtsmaßnahmen der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit.

2.1.4.4 Rechnungskontrolle

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unterliegen einer mehrstufigen Kontrolle hinsichtlich ihrer Ausgaben und ihres Haushaltsgebarens. Während die Notwendigkeit einer solchen Kontrolle der Verwendung der finanziellen Mittel unbestritten ist, wird die Frage ihrer verfassungsrechtlich einwandfreien Ausgestaltung immer wieder diskutiert.

In jeder Anstalt ist eine hauseigene Innenrevision tätig. Sie ist i. d. R. dem Intendanten unmittelbar zugeordnet und untersucht den Haushaltsvollzug der Anstalten. Weiterhin wird jede Anstalt jährlich durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft, deren Bericht den Gremien als Grundlage dient, um die Jahresrechnung der Anstalt nachvollziehen und genehmigen zu können.

Darüber hinaus unterliegt die Haushalts- und Wirtschaftsführung der Anstalten der Prüfung durch den Rechnungshof des jeweiligen Landes, beim ZDF durch den Rechnungshof des Sitzlandes Rheinland-Pfalz, bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts und beim RIAS Berlin durch den Bundesrechnungshof. Durch die in nahezu allen Rundfunkgesetzen normierte Pflicht, die Grundsätze der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit einzuhalten, ist der Prüfungsmaßstab vorgegeben, wenn auch nur in sehr pauschaler Weise. Die Finanzkontrolle muß sich daher in erster Linie auf die Prüfung beschränken, ob die Anstalt die Mittel entsprechend ihrer Veranschlagung im Haushaltsplan verwendet hat.

Das Tätigwerden der Rechnungshöfe im Prüfungsverfahren gehört zu den schwierigen Fragen im Spannungsfeld zwischen der gebotenen Staatsferne und der grundsätzlich zu bejahenden Notwendigkeit einer Kontrolle. Wo die Grenze des verfassungsrechtlich Zulässigen liegt, ist höchstrichterlich bisher nicht geklärt.

Mit dieser Problematik hat sich bislang — soweit ersichtlich — nur das Verwaltungsgericht Stuttgart beschäftigt.[157]) Das Gericht hat entschieden, eine staatliche Rechnungsprüfung sei nicht grundsätzlich verfassungsrechtlich unzulässig, weil der Staat eine Finanzgewährleistungspflicht gegenüber den Rundfunkanstalten habe. Die staatliche Prüfungsbefugnis sei allerdings wegen der durch die Rundfunkfreiheit geschützten Programmautonomie beschränkt. Im Programmbereich bestünden schon hinsichtlich der jeweiligen Grundsatzerwägungen zum Programmziel und -inhalt durch die Rundfunkanstalten unüberwindbare Schranken für eigene Bewertungen des Rechnungshofs. Hierzu seien bereits die Auswahl der Rundfunkprogramme nach Art und Zahl der Programmarten, die Art und Weise der Produktion und die hierfür erforderlichen Investitionen zu zählen. In diesem Bereich bleibe der Prüfung durch den Rechnungshof allerdings vorbehalten, die Entscheidungen der Gremien der Rundfunkanstalten nachzuvollziehen. Daneben sind nach Ansicht des Verwaltungsgerichts Entscheidungen in den Bereichen Technik, Verwaltung und Bauwesen im allgemeinen eher durch den Rechnungshof überprüfbar.

2.1.5 Festsetzung der Rundfunkgebühren

Seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland sind die Rundfunkgebühren, wie im einzelnen Tabelle B 76 zu entnehmen ist, mehrmals erhöht worden. Für die alten Bundesländer gab es im Berichtszeitraum drei Gebührenerhöhungen; für die neuen Bundesländer erfolgt eine Anpassung der Gebühr bis zum 1. Januar 1995 an den in den alten Bundesländern geltenden Gebührensatz.

Das Verfahren zur Neufestsetzung der Rundfunkgebühren wird durch einen Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) eingeleitet.

Die KEF, eingerichtet durch Beschluß der Ministerpräsidenten am 20. Februar 1975, besteht aus fünf

[153]) Vgl. die Regelungen beim HR, RB.
[154]) Vgl. beispielhaft § 22 BRIG (BGBl. I 1960, S. 862).
[155]) BVerfGE 12, 205 ff.
[156]) BVerfGE 57, 295, 333 ff.; 12, 205, 261.
[157]) ZUM 1993, S. 624 ff.

Tabelle B 76:

Entwicklung der Rundfunkgebühren in der Bundesrepublik Deutschland

Anwendungszeitraum der Gebühr	früheres Bundesgebiet bzw. alte Bundesländer			neue Bundesländer		
	Hörfunk-/ Grundgebühr	Fernseh-gebühr	zusammen	Hörfunk-/ Grundgebühr	Fernseh-gebühr	zusammen
	DM	DM	DM	DM	DM	DM
bis 31. 12. 1969	2,00	5,00	7,00	—	—	—
01. 01. 1970 bis 31. 12. 1973	2,50	6,00	8,50	—	—	—
01. 01. 1974 bis 31. 12. 1978	3,00	7,50	10,50	—	—	—
01. 01. 1979 bis 30. 06. 1983	3,80	9,20	13,00	—	—	—
01. 07. 1983 bis 31. 12. 1987[1])	5,05	11,20	16,25	—	—	—
01. 01. 1988 bis 31. 12. 1989[2])	5,16	11,44	16,60	—	—	—
01. 01. 1990 bis 31. 12. 1991[3])	6,00	13,00	19,00	—	—	19,00[5])
01. 01. 1992 bis 31. 12. 1992[4])	8,25	15,55	23,80	6,00	13,00	19,00
01. 01. 1993 bis 31. 12. 1993	8,25	15,55	23,80	6,75	13,85	20,60
01. 01. 1994 bis 31. 12. 1994	8,25	15,55	23,80	7,50	14,70	22,20
ab 01. 01. 1995	8,25	15,55	23,80	8,25	15,55	23,80

[1]) Staatsvertrag über die Höhe der Rundfunkgebühr und zur Änderung des Staatsvertrages über einen Finanzausgleich zwischen den Rundfunkanstalten vom 6. Juli/26. Oktober 1982. Die bisherigen Gebührenerhöhungen sind in den Medienberichten 1974 (BT-Drs. 7/2104), S. 49 f., 1978 (BT-Drs. 8/2264), S. 78 ff., und 1985 (BT-Drs. 10/5663), S. 77 angesprochen.

[2]) RfStV 1987.

[3]) Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag vom 7./12./13./14. Oktober 1988.

[4]) RfStV 1991.

[5]) Gemäß Beschluß des Ministerrates vom 15. August 1990 erhöhten sich ab 1. Oktober 1990 die Hörfunk- und Fernsehgebühren in der DDR um 9 DM auf 19 DM monatlich (Überleitung durch Anlage II zum Einigungsvertrag, Kapitel III, Sachgebiet C, Abschnitt III, Nr. 4).

Mitgliedern aus den Staats- und Senatskanzleien der Länder, fünf Mitgliedern aus den Landesrechnungshöfen, sechs von den Ländern und von den Rundfunkanstalten unabhängigen Sachverständigen sowie aus dem Vorsitzenden (ohne Stimmrecht).[158]) Die Kommission hat die Aufgabe, ausgehend von den Anmeldungen der Rundfunkanstalten fortlaufend deren Finanzbedarf nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit unter Wahrung der Programmautonomie zu ermitteln. Die Kommission erstattet den Ministerpräsidenten alle zwei Jahre einen Prüfbericht, in dem sie die Finanzlage der Rundfunkanstalten darstellt und zu der Frage Stellung nimmt, ob, in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt eine Änderung der Rundfunkgebühren erforderlich erscheint. Die Berichte der Kommission dienen als Entscheidungshilfe für die Landesregierungen und Landesparlamente, sind also Empfehlungen und haben keinen bindenden Charakter.[159])

[158]) Vorsitzender ist der Chef der Staatskanzlei des Landes Rheinland-Pfalz, das den Vorsitz der Rundfunkkommission innehat.

[159]) Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 22. Februar 1994 festgestellt, daß das bisherige Verfahren der Gebührenfestsetzung den Anforderungen prozeduralen Grundrechtsschutzes nicht in vollem Umfang genügt. Die Bundesländer sind aufgefordert, alsbald für eine verfassungsgemäße Regelung zu sorgen; bis dahin bleibt es bei der Anwendbarkeit der bisherigen Regelung (vgl. auch Kapitel D.III.3.6).

Die KEF hat im Berichtszeitraum vier Berichte[160]) und anläßlich der Herstellung der Einheit Deutschlands einen Sonderbericht[161]) mit Empfehlungen zur Anpassung der Rundfunkgebühren vorgelegt.

Die Gebührenerhöhung zum 1. Januar 1988 durch den Rundfunkstaatsvertrag[162]) diente im wesentlichen der Finanzierung der in den Ländern zur Aufsicht über private Rundfunkveranstalter neu geschaffenen Landesmedienanstalten. Die Rundfunkgebühr wurde dazu auf 16,60 DM monatlich festgesetzt, und von der den Landesrundfunkanstalten zustehenden Grundgebühr wurden jährlich 52,125 Mio. DM an den DLF abgeführt. Von der Rundfunkgebühr entfallen ferner 2 v. H. auf die Finanzierung der Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der für private Veranstalter nach Landesrecht zuständigen Stellen.

Der Staatsvertrag über die Höhe der Rundfunkgebühr und zur Änderung des Staatsvertrages über einen Finanzausgleich zwischen den Rundfunkanstalten (Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag) vom 7./12./13./14. Oktober 1988[163]) hat die Höhe der Rundfunkgebühr mit Wirkung zum 1. Januar 1990 auf

[160]) Fünfter Bericht vom 20. November 1985; Sechster Bericht vom 30. November 1987; Siebenter Bericht vom 5. Dezember 1989; Neunter Bericht vom 9. März 1994.

[161]) Achter Bericht vom 29. Mai 1991.

[162]) Vgl. Kapitel B.III.2.1.1.1.

[163]) Vgl. stellvertretend das Zustimmungsgesetz des Landes Saarland: Gesetz vom 10. November 1988 (Amtsbl., S. 1153).

19 DM monatlich festgesetzt; dem DLF wurde zum 1. Januar 1990 ein Betrag von jährlich 58 Mio. DM aus der Grundgebühr zugestanden und der Finanzausgleich zwischen den Rundfunkanstalten neu geregelt.

Die Entwicklung der Rundfunkgebühr im Zusammenhang mit der Herstellung der Einheit Deutschlands verdient eine besondere Betrachtung. Der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 sieht in Art. 4 für das alte Bundesgebiet eine Anhebung der Gebühren vom 1. Januar 1992 an auf den Satz von 23,80 DM monatlich vor; die Gebühren in den neuen Bundesländern werden bis zum 1. Januar 1995 schrittweise an diese Gebührenhöhe herangeführt.

Diese Gebührenerhöhung dient zunächst der Dekkung des gestiegenen Finanzbedarfs bei den Rundfunkanstalten, der Finanzierung des Rundfunkaufbaues im Beitrittsgebiet und des bundesweiten Hörfunks sowie des deutschen Beitrages für den Europäischen Fernsehkulturkanal.

Der Staatsvertrag kann frühestens zum 31. Dezember 1995 gekündigt werden. Dieser Zeitpunkt verschiebt sich um den Zeitraum, der seit dem 1. Januar 1992 bis zur Übernahme von DLF und RIAS Berlin in Länderzuständigkeit verstrichen ist, jedoch längstens bis zum 31. Dezember 1996. Da DLF und RIAS Berlin erst mit Wirkung vom 1. Januar 1994 in das Deutschlandradio übergeführt worden sind, ist also eine Kündigung frühestens zum 31. Dezember 1996 möglich.

2.2 Privatwirtschaftlicher Rundfunk

2.2.1 Rechtliche und organisatorische Grundlagen

Rundfunk ist grundsätzlich Angelegenheit der einzelnen Länder, deshalb haben sie die entsprechenden Regelungen für die Einführung und Ausgestaltung des privatwirtschaftlichen Rundfunks getroffen.

Die Länder haben in den einzelnen Landesmediengesetzen[164]) die Zulassungsbedingungen für landesweiten, regionalen und lokalen Rundfunk geregelt. Zugleich legen sie landesspezifische Programmanforderungen fest, treffen eigene Vorkehrungen zur Sicherung von Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit landesweiter und lokaler Anbieter und konkretisieren die Bestimmungen für Jugendschutz, Werbung und Sponsoring.

In fast allen Bundesländern finden sich in den Gesetzen auch Regelungen über die Zulassung Offener (Hörfunk- und Fernseh-)Kanäle.[165])

2.2.1.1 Aufbau und Organisation der Landesmedienanstalten

Zur Durchführung der Landesmediengesetze wurde als Bestandteil dieser Gesetze in jedem Bundesland — mit Ausnahme Berlin/Brandenburgs[166]) — eine pluralistisch zusammengesetzte Landesmedienanstalt[167]) geschaffen. Die Landesmedienanstalten sind staatsfern organisiert, d.h. sie sind nicht Teil der staatlichen Verwaltung, sondern unabhängige, rechtsfähige Anstalten des öffentlichen Rechts, die gewährleisten, daß auch der private Rundfunk nicht vom Staat oder einer gesellschaftlichen Gruppe abhängig ist. Ihre Aufgabe ist die Lizenzierung, Kontrolle, Beratung und Förderung des privaten Rundfunks. Letztlich sollen die Anstalten die Freiheit des Rundfunks garantieren. Zur Erfüllung ihrer vielfältigen Aufgaben haben die einzelnen Landesmedienanstalten Organe gebildet, wobei es zwischen den einzelnen Ländern gewisse Unterschiede in der Zahl und Zusammensetzung dieser Organe gibt.

Da es dem jeweiligen Landesgesetzgeber obliegt zu entscheiden, nach welchen Regelungen er den Rundfunk in seinem Land gestalten möchte, lassen die Landesmediengesetze Unterschiede erkennen. Mit Ausnahme der Länder Berlin/Brandenburg, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern unterliegt die Aufsicht über den privaten Rundfunk pluralistisch zusammengesetzten Beschlußgremien, denen bis zu 50 ehrenamtliche Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen angehören.[168]) In den oben genannten „Ausnahmeländern" erfolgen Zulassung und Aufsicht jeweils durch ein Kollegialorgan mit einer kleinen Zahl ehrenamtlicher Mitglieder. Die meisten Landesmedienanstalten werden durch einen hauptamtlichen Direktor oder Geschäftsführer mit Organstellung vertreten, der für die Ausführung der Beschlüsse des jeweiligen Gremiums verantwortlich ist. In Baden-Württemberg, Niedersachsen, im Saarland und in Sachsen-Anhalt führt der Vorstand die Beschlüsse aus. In der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien gibt es einen Präsidenten, außerdem ist hier, wie auch in Sachsen, ein Verwaltungsrat für die wirtschaftlichen Angelegenheiten zuständig. In Schleswig-Holstein obliegt diese Aufgabe dem Vorstand.

---

[164]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.1.2, Fußnote 88.

[165]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.2.4.

[166]) In Berlin bestand seit 1988 eine eigenständige Landesmedienanstalt, die Anstalt für Kabelkommunikation. Auf der Basis des Staatsvertrages über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 19. Februar 1992 gibt es nunmehr eine gemeinsame „Medienanstalt Berlin-Brandenburg" (MABB), in der die Anstalt für Kabelkommunikation aufgegangen ist.

[167]) Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK); Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM); Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB); Bremische Landesmedienanstalt; Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM); Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen); Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ); Niedersächsischer Landesrundfunkausschuß; Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR); Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz; Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland (LAR); Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien; Landesrundfunkausschuß für Sachsen-Anhalt (LRA); Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR; Schleswig-Holstein); Thüringer Landesanstalt für privaten Rundfunk (TLR).

[168]) Z. B. Bayern (Art. 12 MEG).

Zur Sicherstellung eines vom Grundsatz her einheitlichen Verfahrens der verschiedenen Landesmedienanstalten sieht § 30 RfStV 1991 (vorher Art. 12 RfStV 1987) eine Abstimmung der Landesmedienanstalten untereinander vor.

Die Direktoren und Geschäftsführer der unabhängigen Landesmedienanstalten haben am 22. Mai 1987 mit der Verabschiedung einer Geschäftsordnung[169]) die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) als ständige Einrichtung aller Landesmedienanstalten konstituiert. Die Direktorenkonferenz tagt als Versammlung der Teilnehmer und behandelt Fragen von gemeinsamem Interesse in bezug auf Aufgaben und Ausübung anstaltlicher Hoheitsrechte. Zu den Hauptaufgaben zählen Fragen der Zulassung und Aufsicht privater Programmveranstalter sowie die Entwicklung von Verfahrensgrundsätzen in den Bereichen Werbung und Jugendschutz. Die Direktorenkonferenz hat zur Vorbereitung bestimmter Aufgaben Arbeitskreise eingesetzt; nach dem Stand vom Februar 1993[170]) existierten für folgende Themenkomplexe spezielle Untergremien: Jugendschutz und Programm, Werbung, Konzentrationsprüfung, Technische Kommission, Recht, Europa, Offene Kanäle.

Auf der Jahrestagung der Direktorenkonferenz im November 1993 wurde beschlossen, die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten durch die Bildung einer Arbeitsgemeinschaft noch weiter zu vertiefen, um insbesondere im internationalen Wettbewerb die Position des Standortes Deutschland zu stärken.[171])

2.2.1.2 Zulassungsvoraussetzungen

In § 19 RfStV 1991 ist festgeschrieben, daß private Anbieter zur Veranstaltung von Rundfunk einer Zulassung nach Landesrecht bedürfen. Die Zulassungsvoraussetzungen ergeben sich aus den einzelnen Landesmediengesetzen. Die Zulassung wird von den Landesmedienanstalten auf schriftlichen Antrag erteilt, sobald die Frequenzen für die Veranstaltung neuer Programme ausgeschrieben sind.[172])

Die Erlaubnis kann natürlichen und juristischen Personen erteilt werden, zum Teil auch nicht rechtsfähigen Vereinigungen (z. B. in Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt). Der Antragsteller muß seinen Wohnsitz oder Firmensitz im Geltungsbereich des Grundgesetzes (in Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland erweitert um die EU-Mitgliedstaaten) haben.

Die Erteilung der Erlaubnis hängt weiter davon ab, ob der Antragsteller zur rechtmäßigen Veranstaltung von Rundfunksendungen geeignet ist, d. h. den gesetzlichen Anforderungen an die Programmveranstaltung gerecht wird.

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts[173]) ist von Verfassungs wegen allein die Gewährleistung freier und umfassender Berichterstattung für die Zulassung ausschlaggebend. Jede Ausgestaltung einer Rundfunkordnung, die diesem Ziel wirksam dient, ist mit dem Grundgesetz vereinbar. Entsprechend stellen die einzelnen Landesrundfunkgesetze unterschiedliche Anforderungen an die Veranstalter privaten Rundfunks. Abweichungen bestehen insbesondere in den folgenden Punkten:

- Vorrang von Anbietergemeinschaften vor Einzelpersonen[174]),
- Zulassung der Beteiligung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten an privaten Anbietern[175]),
- Beteiligung von Verlagen und Presseunternehmen an privaten Rundfunkveranstaltern (cross-ownership).[176])

Eine Besonderheit stellt in diesem Zusammenhang das Rundfunkgesetz für Nordrhein-Westfalen dar.[177]) Das darin verankerte Zwei-Säulen-Modell für den lokalen Rundfunk bestimmt, daß jeder Sender aus zwei rechtlich selbständigen Einrichtungen — Veranstaltergemeinschaft und Betriebsgesellschaft — bestehen muß. Die Veranstaltergemeinschaft hat die Rechtsform eines eingetragenen Vereins und setzt sich aus mindestens acht Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen am Ort zusammen. Sie ist verantwortlich für die Programmgestaltung und fungiert als Arbeitgeberin für die Redaktion. Die Betriebsgesellschaft stellt die für den Sendebetrieb erforderlichen Mittel zur Verfügung. Diese Mittel können bis zu 75 v. H. von den am Ort ansässigen Zeitungen und bis zu 25 v. H. von den Kommunen aufgebracht werden. Die Beteiligung der Gemeinden oder anderer öffentlicher Einrichtungen, wie z. B. Sparkassen, sowohl an der Veranstaltergemeinschaft als auch an der Be-

[169]) Abgedruckt in: Landesmedienanstalten (Hrsg.): DLM Jahrbuch 89/90. München 1990, S. 331 ff.

[170]) Vgl. Landesmedienanstalten (Hrsg.): DLM Jahrbuch 92. München 1993, S. 267 f.

[171]) Vgl. epd. Kirche und Rundfunk, Nr. 89 vom 13. November 1993, S. 19 ff.

[172]) Nach § 3 NdsLRG a. F. (vom 16. März 1987) lag die Erlaubnisbefugnis bei der Niedersächsischen Staatskanzlei. Nach § 5 NdsLRG n. F. (vom 9. November 1993) wurden nach dem Beispiel der anderen Bundesländer die rundfunkrechtlichen Kompetenzen von der Staatskanzlei auf die Landesmedienanstalt verlagert.

[173]) Vgl. hierzu Kapitel D.III.3.2.

[174]) Vgl. die einschlägigen Bestimmungen der einzelnen Landesmediengesetze: § 25 LMG BW; Art. 23, 26 BayMG; § 29 MedienStV Berlin-Brandenburg; § 8 BremLMG; § 16 HambMedienG, §§ 5, 14 HPRG; § 9 RG MV; § 3 NdsLRG; § 5 LRG NW; § 6 LRG RP; §§ 50, 52 LRG Saarland; § 6 SächsPRG; § 6 PRG Sa.-Anh.; § 7 LRG SH; § 6 TPRG.

[175]) Vgl. die einschlägigen Bestimmungen der einzelnen Landesmediengesetze; §§ 15, 25 LMG BW; Art. 2 BayMG; § 29 MedienStV Berlin-Brandenburg; §§ 8, 9 BremLMG; § 4 HambMedienG; § 5 HPRG; § 9 RG MV; §§ 7, 8 NdsLRG; §§ 5, 6 LRG NW; § 6 LRG RP; §§ 3, 50 LRG Saarland; § 6 SächsPRG; § 7 LRG SH; § 6 TPRG.

[176]) Vgl. zur grundsätzlichen Zulässigkeit des Zugangs von Presseunternehmen am Rundfunk das 4. Rundfunkurteil (BVerfGE 73, 118, 175 ff.); vgl. die einschlägigen Bestimmungen der einzelnen Landesmediengesetze: § 24 LMG BW; Art. 27 BayMG; § 24 MedienStV Berlin-Brandenburg; § 10 BremLMG; § 19 HambMedienG; § 16 HPRG; §§ 8, 20 NdsLRG; § 29 LRG NW; § 17 LRG RP; § 50 LRG Saarland; § 8 SächsPRG; § 25 PRG Sa.-Anh.; § 8 LRG SH; § 6 TPRG.

[177]) §§ 24 ff. LRG NW.

triebsgesellschaft des lokalen Rundfunks verstößt nach Auffassung des Bundesverfassungsgerichts nicht gegen das Gebot der Staatsfreiheit des Rundfunks.[178])

Die Programme müssen den allgemeinen Programmgrundsätzen (§ 23 RfStV 1991) genügen; hierzu gehören u.a. die verfassungsmäßige Ordnung und die Achtung der Würde des Menschen. Ebenso sind die Vorschriften zum Schutz der persönlichen Ehre zu beachten sowie die Pflicht, bei Informationssendungen die anerkannten journalistischen Regeln einzuhalten.

Unter dem Aspekt des Jugendschutzes (§ 3 RfStV 1991) sind Beiträge, die offensichtlich geeignet sind, Kinder und Jugendliche schwer zu gefährden, Beiträge, die Gewalt und Krieg verherrlichen oder verharmlosen, sowie Sendungen pornographischen Inhalts grundsätzlich verboten. Beiträge, die das geistige oder seelische Wohl von Kindern und Jugendlichen beeinträchtigen können, darf der Veranstalter nur dann ausstrahlen, wenn er z.B. durch die Wahl der Sendezeit dafür sorgt, daß Kinder und Jugendliche die Sendung üblicherweise nicht wahrnehmen.

Die Ministerpräsidenten der Länder haben sich im Dezember 1993 auf eine Verschärfung der Maßnahmen zur Gewaltdarstellung und zum Jugendschutz im Fernsehen geeinigt. Die hierfür erforderlichen Änderungen des § 3 RfStV und des ZDF-Staatsvertrages sind bereits von den Ministerpräsidenten unterschrieben und den Länderparlamenten zugeleitet worden.[179]) Der Entwurf enthält u.a. ein Prüfgebot für Filme, die von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft nicht unter zwölf Jahren freigegeben sind, eine Prüf- und Dokumentationspflicht für indizierte Filme sowie die Verpflichtung der Veranstalter, einen Jugendschutzbeauftragten zu bestellen. Außerdem werden Sendungen, die leidende oder sterbende Menschen in einer die Menschenwürde verletzenden Art und Weise zur Schau stellen, ohne daß ein berechtigtes Interesse der Berichterstattung oder Meinungsbildung vorliegt, verboten. Das Inkrafttreten des 1. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (— Gewaltdarstellung und Jugendschutz —) ist für den 1. August 1994 vorgesehen.

2.2.1.3 Sicherung der Meinungsvielfalt

Die Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk ist eine wesentliche Aufgabe der Landesmedienanstalten. Bereits zu Beginn des privaten Rundfunks in Deutschland wurde diese Frage mit den möglichen Konsequenzen für die Medienvielfalt diskutiert. Sie war auch Gegenstand verschiedener Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts.[180]) Demzufolge hat der Landesgesetzgeber dafür Sorge zu tragen, daß das Gesamtangebot der inländischen Programme der bestehenden Meinungsvielfalt im wesentlichen entspricht und der Rundfunk nicht einer oder einzelnen gesellschaftlichen Gruppen ausgeliefert wird. Ferner sind die Länder gehalten, publizistischen Konzentrationsprozessen zu begegnen, wenn sie die Meinungsvielfalt im Rundfunk bedrohen. Für die bundesweiten Veranstalter war dies bereits in Art. 8 RfStV 1987 geregelt und ist nun in §§ 20 bis 22 RfStV 1991 neu gefaßt.

Darüber hinaus haben die Länder eigene gesetzliche Regelungen für lokale, regionale und landesweite Anbieter getroffen. So enthalten die einzelnen Landesmediengesetze Bestimmungen, die

- die Beteiligung von Printmedien an elektronischen Medien beschränken[181]),
- die Anzahl der Programme pro Veranstalter auf je ein Voll- und ein Spartenprogramm begrenzen[182]),
- den Einfluß durch Kapital- und Programmbeteiligung auf einen nicht maßgeblichen Umfang reduzieren.[183])

Zur Gewährleistung der Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Programme werden z.Zt. in der Bundesrepublik Deutschland drei verschiedene Wege beschritten. In Bremen, Hamburg und Nordrhein-Westfalen findet das „binnenpluralistische Modell" Anwendung, d.h., jedes der gesendeten Programme muß den Pluralitätsanforderungen genügen. In Bayern, Rheinland-Pfalz und Sachsen soll die Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit durch das „außenpluralistische Modell" gesichert werden, d.h., alle Anbieter zusammen müssen dem Pluralitätskriterium entsprechen. In den übrigen Ländern gibt es ein sog. Übergangs- oder Mischmodell, wonach die erforderliche Meinungsvielfalt als gegeben anzusehen ist, wenn neben den Programmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mindestens drei überregionale gleichartige private Programme gesendet werden. Ist dies nicht der Fall, so ist jeder Programmveranstalter einzeln zur Meinungsvielfalt verpflichtet.

Die Zulassungsvoraussetzungen sind für inländische, bundesweit verbreitete Programme strenger geregelt als für aus dem Ausland herangeführte Programme. Diese Programme dürfen sich jedenfalls nicht nach-

---

[178]) Vgl. hierzu ausführlich das 6. Rundfunkurteil (BVerfGE 83, 238, 330ff.).

[179]) Vgl. stellvertretend: Landtag von Baden-Württemberg, 11. Wahlperiode, Drs. 11/3463: 1. Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge — Gewaltdarstellungen und Jugendschutz — (Unterrichtung des Landtages).

[180]) Vgl. hierzu insbesondere BVerfGE 57, 295, 323ff.; 73, 118, 153ff.; 74, 297, 324ff.; 83, 238, 296ff.

[181]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.2.1.2, Fußnote 176.

[182]) Vgl. die einschlägigen Bestimmungen in den einzelnen Landesmediengesetzen: § 22 LMG BW; Art. 27 BayMG; § 21 MedienStV Berlin-Brandenburg; § 10 BremLMG; § 19 HambMedienG; § 15 HPRG; § 10 RG MV; § 8 NdsLRG; § 6 LRG NW; § 13 LRG RP; §§ 48, 51 LRG Saarland; § 6 SächsPRG; § 6 PRG Sa.-Anh.; § 17 LRG SH; § 8 TPRG.

[183]) Vgl. hierzu die einschlägigen Bestimmungen der einzelnen Landesmediengesetze: §§ 22, 24 LMG BW; Art. 27 BayMG; § 23 MedienStV Berlin-Brandenburg; § 10 BremLMG; § 19 HambMedienG; § 15 HPRG; § 10 RG MV; §§ 3, 8 NdsLRG; § 6a LRG NW; § 13 LRG RP; § 51 LRG Saarland; § 7 SächsPRG; § 6 PRG Sa.-Anh.; § 8 LRG SH; § 17 TPRG.

teilig auf die Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Programme in der Bundesrepublik Deutschland auswirken.[184])

Einen Überblick über die Gesamtheit der Konzentrationserscheinungen bei elektronischen Medien gibt die Antwort der Bundesregierung auf eine Große Anfrage der Fraktion der SPD im Deutschen Bundestag zu diesem Thema.[185]) Insgesamt kam die Bundesregierung zu dem Ergebnis, daß das vorhandene Instrumentarium zur Konzentrationskontrolle und Sicherung der Meinungsvielfalt ausreichend sei. Zur Sicherung der publizistischen Meinungsvielfalt sei jedoch eine konsequente Anwendung dieser Instrumente erforderlich. Auch die Monopolkommission vertrat die Meinung, die geringe Zahl der vom Bundeskartellamt untersagten Zusammenschlüsse zeige, daß das vorhandene gesetzliche Instrumentarium zur wirksamen Kontrolle der wirtschaftlichen Konzentrationsprozesse ausreichend sei.[186])

Aus Sicht der Landesmedienanstalten ermöglichen die numerisch begrenzten Kapital- und Stimmrechtsanteile eine Vielzahl von Minderheitsbeteiligungen und ermuntern aufgrund ihrer vorwiegend formalen Ausgestaltung zu Umgehungsversuchen. Die Vielzahl möglicher Verbund- und Einflußstrukturen entzieht sich damit einer effektiveren Kontrolle in der Praxis.[187]) Deshalb halten die Landesmedienanstalten die Regelung des § 21 RfStV 1991 für ergänzungsbedürftig. Außerdem weisen sie darauf hin, daß im derzeit geltenden Rundfunkstaatsvertrag konkrete Pflichten zur Offenlegung und zur Herstellung der Transparenz bestimmter Beteiligungsverhältnisse fehlen.[188]) Um Fehlentwicklungen auch unter den neuen Bedingungen der Erweiterung der Übertragungsmöglichkeiten durch die Digitalisierung entgegenwirken zu können, sollten nach ihrer Auffassung frühzeitig gesetzgeberische Maßnahmen ergriffen werden. Die Landesmedienanstalten haben mit dem Beschluß der Direktorenkonferenz vom 26./27. November 1993 über die Bildung einer „Gemeinsamen Stelle Vielfaltskontrolle"[189]) sowie dem Beschluß der Direktorenkonferenz vom 14. Dezember 1993 über die „Zwischenbilanz der Konzentrationskontrolle der Landesmedienanstalten und weiteres Vorgehen"[190]) bereits erste Schritte eingeleitet. Die Ministerpräsidenten der Bundesländer haben am 16. Dezember 1993 der Rundfunkkommission den Auftrag erteilt, Änderungsvorschläge für den Rundfunkstaatsvertrag, u. a. für den Bereich der Kontrolle der Medienkonzentration, zu erarbeiten; eine entsprechende Änderung des Rundfunkstaatsvertrages käme dann für Ende 1994 in Betracht.[191]) Derzeit diskutieren die unterschiedlichen Gremien eine Reihe von Lösungsansätzen zur Bestimmung der Konzentration. Neben der generellen Offenlegung aller Kapital- und Stimmrechtsanteile steht vor allem die Frage der Marktmacht in Form der Marktanteile, d.h. der Reichweiten der einzelnen Programmanbieter, im Mittelpunkt des Interesses. In diesem Bereich ist mit einer neuen Definition der zugrundeliegenden Begriffe zu rechnen.

2.2.1.4 Programmaufsicht

Neben der Lizenzierung und der Vielfaltskontrolle ist insbesondere die Programmaufsicht eine der originären Aufgaben der Landesmedienanstalten.[192]) Diese Aufsichtsfunktion erstreckt sich auf die Einhaltung der Programmgrundsätze, der Jugendschutzbestimmungen und der Werberichtlinien. Die Festsetzung der Anforderungen an die Programme allein bewirkt nicht, daß nach der Erteilung der Sendeerlaubnis diese auch eingehalten werden; hier setzt die Kontrolle durch die Landesmedienanstalten ein.

Im Gegensatz zu den Aufsichtsgremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben die Landesmedienanstalten als Aufsichtsorgan für den privaten Rundfunk keinen Einfluß auf personelle, ökonomische und programmplanerische Entscheidungen.

Die Kontrollmöglichkeiten der Landesmedienanstalten sind auf die Überwachung der gesetzlichen Vorschriften beschränkt; sie dürfen nicht in die Programmautonomie der Programmveranstalter eingreifen. So bewegt sich die Kontrolle in den Grenzen der Rechtsaufsicht über tatsächlich gesendete Programme, die Reaktionsmöglichkeiten entsprechen daher im wesentlichen denen der Kommunalaufsicht. Es besteht i. d. R. keine Möglichkeit, Sendungen bereits im Vorfeld zu beanstanden.

Das mildeste angewandte Aufsichtsmittel ist die Feststellung eines Rechtsverstoßes, der regelmäßig ein Gespräch zwischen Landesmedienanstalt und Programmveranstalter vorausgeht. Dieses Verfahren ist jeweils mit der Aufforderung verbunden, den festgestellten Verstoß rückgängig zu machen oder in Zukunft zu unterlassen. Als letzte Möglichkeit der Kontrolle bleibt der Widerruf der Erlaubnis, dem jedoch eine Androhung vorausgehen muß. Diese Form der Sanktion hat bisher noch keine Landesmedienanstalt angewandt.

Auf eine ständige Kontrolle der privaten Programme hat man angesichts ihrer Vielzahl und der unzurei-

---

[184]) Susanne Hiegemann: Die Entwicklung des Mediensystems in der Bundesrepublik Deutschland. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Privatkommerzieller Rundfunk in Deutschland. Bonn 1992, S. 31—88, hier S. 67.

[185]) Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der SPD-BT-Fraktion vom 24. März 1993, BT-Drs. 12/4622 (neu).

[186]) Vgl. 9. Hauptgutachten der Monopolkommission vom 13. Juli 1992, BT-Drs. 12/3031.

[187]) Vgl. Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten: Weimarer Beschlüsse der Landesmedienanstalten zum Jugendschutz und zur Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags, S. 3.

[188]) Dieser Forderung trägt das BayMG in Art. 31 Rechnung, in dem eine detaillierte Offenlegung aller Beteiligungsverhältnisse gefordert wird.

[189]) Vgl. FUNK-Korrespondenz, Heft 48/93, S. 37 f.

[190]) Vgl. FUNK-Korrespondenz, Heft 1/94, S. 43 ff.

[191]) Vgl. FUNK-Korrespondenz, Heft 51—52/93, S. 4.

[192]) Zu den Einzelheiten der Kontrollfunktion und ihrer Umsetzung in der Praxis vgl. die Jahresberichte der einzelnen Landesmedienanstalten.

chenden personellen Ausstattung der Landesmedienanstalten zunächst verzichtet. Die Anstalten beschränkten sich überwiegend darauf, Beschwerden und Hinweisen von außen nachzugehen und die Einhaltung der Rechtsvorschriften nur stichprobenartig zu kontrollieren.

Eine Studie der Landesregierung Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund[193]) kam in diesem Zusammenhang zu dem Ergebnis, die Regulierung des privaten Rundfunks sei von vielen unbestimmten Rechtsbegriffen gekennzeichnet. Die Landesmedienanstalten hätten somit weite Interpretationsspielräume zur Verfügung, was in vielen Fällen zu einer Überforderung der Anstalten und damit faktisch zu einer nicht stattfindenden Regulierung, also einer Deregulierung des Medienmarktes führe. So fehle es einerseits an verwendbaren Bewertungskriterien, andererseits an Personal, so daß es von vorneherein unmöglich sei, alle Sendungen auszuwerten, um der Kontrollaufgabe im notwendigen Umfang zu genügen.

Vor diesem Hintergrund hat man in den letzten Jahren in den einzelnen Landesmedienanstalten Programmreferate gebildet, die eine ständige Beobachtung der zu beaufsichtigenden Rundfunkprogramme gewährleisten sollen.[194])

2.2.2 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Hörfunks

In den einzelnen Bundesländern wurden aufgrund der Landesmediengesetze unterschiedliche Konzepte hinsichtlich der Verbreitungsgebiete bei der Zulassung privatwirtschaftlicher Hörfunkveranstalter entwickelt. Die Mehrzahl der Bundesländer hat sich dazu entschieden, neben den bundesweit empfangbaren Programmen landesweite Programme mit regionalen und/oder lokalen Fenstern zu lizenzieren. Bayern und Sachsen lassen neben landesweiten Anbietern Lokal- und Regionalradios zu, wobei in Bayern das landesweit ausgestrahlte Programm keine ortsspezifischen Fenster haben darf. Das Rundfunkgesetz in Mecklenburg-Vorpommern sieht die Möglichkeit von lokalen und regionalen Hörfunkversuchen vor, wenn freie Frequenzen vorhanden sind. In Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg wird auf landesweite privatwirtschaftliche Anbieter bewußt verzichtet zugunsten von Lokalradios bzw. Lokal- und Regionalradios. In Rheinland-Pfalz hat man den Versuch, Lokalradios zu etablieren, nach einer kurzen Phase in den Jahren 1987 bis 1989 zunächst abgebrochen; Ende 1993 wurde wieder eine Erlaubnis zur Ausstrahlung eines lokalen Radioprogramms erteilt. Für die Hörfunkveranstalter der Stadtstaaten Berlin[195]) und Hamburg ist eine Abgrenzung im Sinne von landesweit zu regional/lokal schwierig. Die Programme werden im folgenden den landesweiten Veranstaltern zugerechnet.[196]) Als einziges Bundesland hat Bremen bisher keinem privaten Veranstalter eine Hörfunklizenz erteilt.

2.2.2.1 Bundesweiter privatwirtschaftlicher Hörfunk

Als bundesweiter Veranstalter gilt, wen eine Landesmedienanstalt lizenziert hat und wessen Programm flächendeckend — meist nur über Kabel und/oder Satellit — im gesamten Bundesgebiet zu empfangen ist. Nach der hier zugrundegelegten Definition zählen dazu auch europaweit ausgestrahlte Programme sowie der Ladenfunk[197]), der im gesamten Bundesgebiet abgerufen werden kann. Nicht dazuzurechnen sind Hörfunkveranstalter, die ihren programmlichen und inhaltlichen Schwerpunkt sowie ihren Sitz im Ausland haben[198]), und Anbieter von Mantelprogrammen.

Bis 1987 einschließlich war RTL-Radio Luxemburg der einzige privatwirtschaftliche Anbieter eines bundesweiten Hörfunkprogramms. Erster Konkurrent war das europaweit ausgestrahlte Star*Sat Radio, das im Februar 1988 auf Sendung ging. Wie Tabelle B 77 zu entnehmen ist, hat sich die Zahl der bundesweit empfangbaren privaten Hörfunkanbieter bis Ende 1993 auf acht erhöht.

Bei den bundesweit ausgestrahlten Programmen zeigt sich neben der europaweiten Ausrichtung eine Spezialisierung in Form des Ladenfunks oder auf bestimmte Musikmuster (Klassik, Volksmusik). Gründe dafür sind neben den hohen Kosten der bundesweiten Verbreitung insbesondere die weitgehend vom Anbieterwettbewerb und von gruppenspezifischen Programminteressen geprägten Bedingungen für die Bindung von Publikum und die Akquisition überregional verbreitbarer Markenartikelwerbung.

Ein allgemeines Problem der bundesweiten Programme ist, daß sie nicht durchgängig über terrestrische Frequenzen zu empfangen sind. Veranstalter, die in erster Linie über Satellit und/oder Kabel zu empfangen sind, haben bei der derzeitigen Hörfunknutzung weniger Aussicht auf wirtschaftlichen Er-

---

[193]) Landesregierung Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Rundfunkaufsicht. Band III: Rundfunkaufsicht in vergleichender Analyse (Band 16/III der Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund). Düsseldorf 1989.

[194]) Vgl. Helmut Volpers: Funktion und Grenzen der Programmbeobachtung der Landesmedienanstalten. In: DLM-Jahrbuch 1992, S. 33—39.

[195]) Mit dem Zusammenschluß von Berlin und Brandenburg im Bereich des Privatfunks haben die Berliner Stadtradios überwiegend ihr Sendegebiet auf Brandenburg oder zumindest Teile des Landes Brandenburg ausgeweitet.

[196]) In Kapitel B.III.3.2 werden diese Veranstalter in Anlehnung an eine Studie des IW den lokalen Anbietern zugeordnet.

[197]) Unter Ladenfunk (oder Einkaufsradio) versteht man spezielle Musik- und Werbesendungen, die zur Ausstrahlung in Geschäften, Kaufhäusern, Supermärkten produziert werden und die über Satellit und spezielle Empfangseinrichtungen von den angeschlossenen Unternehmen abgerufen werden können.

[198]) Wegen seiner speziellen Ausrichtung auf den deutschen Markt wird der in Luxemburg produzierende Veranstalter RTL-Radio Luxemburg in dem vorliegenden Bericht als ein bundesweiter Veranstalter behandelt.

Tabelle B 77:

Bundesweite[1]) privatwirtschaftliche Hörfunkveranstalter

Aufnahme des Sendebetriebs	Name	Firmensitz
1957	RTL Radio Luxemburg	Luxemburg
26.02.1988	Star*Sat Radio	bis 1992 Bayern, ab 1992 Rheinland-Pfalz
01.08.1990	Radio Point of Sale	Schleswig-Holstein
03.10.1990	Radioropa	Rheinland-Pfalz
28.10.1990	Klassik Radio	Hamburg
01.07.1991	Radio Null Eins	Hessen
14.10.1991	Radio Melodie	Bayern
01.01.1993	AKK-Business-Radio	Rheinland-Pfalz

[1]) Auch europaweit.

Quelle: Neue Mediengesellschaft Ulm mbH (Hrsg.): Spots Media Katalog 1988 bis 1993; Landesmedienanstalten (Hrsg.): DLM Jahrbuch 1989/90, München 1991 und DLM Jahrbuch 1992, München 1993.

folg. Entsprechend groß ist das Bestreben der Hörfunkveranstalter, terrestrische UKW-Frequenzen zugeteilt zu bekommen.

Die Reichweitenanalyse 1993 der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (MA)[199]) weist von den genannten Rundfunkunternehmen lediglich RTL-Radio Luxemburg und Klassik Radio aus. Die Reichweite von RTL ist sowohl hinsichtlich des weitesten Hörerkreises als auch hinsichtlich der durchschnittlichen Nutzung im Untersuchungszeitraum leicht rückläufig, wobei sich dieser Effekt zwangsläufig aufgrund der Zunahme der Anbieter ergab; einheitliche Hörerwanderungen sind nicht erkennbar. Insgesamt zeigt sich aber eine Änderung des Hörerverhaltens weg von den bundesweiten und landesweiten hin zu den regionalen und lokalen Programmen.[200])

2.2.2.2 Landesweiter privatwirtschaftlicher Hörfunk

Als landesweiter Hörfunkveranstalter gilt, wen die zuständige Landesmedienanstalt entsprechend lizenziert und mit ausreichenden Frequenzen ausgestattet hat, so daß er flächendeckend im gesamten Bundesland zu empfangen ist. Nicht zu dieser Kategorie zählen die Anbieter von Mantelprogrammen in Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg.

Wie Tabelle B 78 zu entnehmen ist, waren bis Ende 1993 in der Bundesrepublik Deutschland 26 landesweite private Hörfunkprogramme zu empfangen. Den Anfang machten bereits im Jahr 1986 die Länder Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Hamburg. Im Jahr 1987 nahm der erste private Hörfunkanbieter in Berlin den Sendebetrieb auf, in Bayern war der Start 1988. Nach Einführung von privatwirtschaftlichem Radio in Hessen und im Saarland im Jahre 1989 war die erste Phase der Gründung privater landesweiter Hörfunkveranstalter abgeschlossen. In allen alten Bundesländern, die sich für landesweiten privaten Hörfunk entschieden hatten, war zumindest ein derartiges Programm auf Sendung.

Mit der Schaffung eigener Landesmediengesetze in den neuen Bundesländern war 1992 auch dort der Weg frei für die Zulassung landesweiter privater Hörfunkanbieter. Mit der Privatisierung des früheren DDR-Radios „Berliner Rundfunk" war in Brandenburg bereits ab Januar 1992 neben den aus Berlin einstrahlenden Privatprogrammen ein landesweiter Anbieter zu empfangen. Bei den Neugründungen machte Sachsen 1992 den Anfang, gefolgt von Sachsen-Anhalt. In Thüringen startete der Sendebetrieb im Februar 1993, in Mecklenburg-Vorpommern wird seit Mai 1993 privater Hörfunk veranstaltet. Damit war knapp drei Jahre nach der Herstellung der Einheit Deutschlands in ganz Deutschland flächendeckend privater Hörfunk mit auf das jeweilige Bundesland ausgerichtetem Programm zu empfangen.

Die MA '93[201]) ermittelte für diese Sendungen durchschnittliche bundesweite Reichweiten von z. B. 0,1 % für die Stadtradios in Hamburg und Berlin bis 1,1 % für Antenne Bayern. Diese Art der Vergleichsrechnung ist allerdings problematisch, da die Zielgruppen der einzelnen Programme in ihrer Zusammensetzung und ihrer Größe sehr unterschiedlich sind. Betrachtet man die Entwicklung über einen längeren Zeitraum, so läßt sich erkennen, daß Konkurrenzprogramme i. d. R. zu einer Abnahme der durchschnittlichen Reichweite führen. Wie eine Abgrenzung unter regionalen, länderspezifischen Gesichtspunkten zeigt, erzielen die privatwirtschaftlich veranstalteten Sendungen i. d. R. Reichweiten, die denjenigen der öffentlich-rechtlichen entsprechen. In Hamburg ist 1993 erstmals der Marktanteil aller dort empfangbaren privaten Programme zusammen höher gewesen als der der öffentlich-rechtlichen Anstalten.[202])

[199]) Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (AG.MA): Media-Analyse (MA) 1993. Frankfurt/Main 1993.

[200]) Zur allgemeinen Entwicklung der Reichweiten des Hörfunks siehe Kapitel E.I.2.3.

[201]) Siehe hierzu Fußnote 199.

[202]) Vgl. Medienspiegel, 17. Jg., Nr. 26 vom 28. Juni 1993.

Tabelle B 78:

Landesweite privatwirtschaftliche Hörfunkveranstalter

Aufnahme des Sendebetriebs	Name	Firmensitz
01. 05. 1986	Radio RPR	Rheinland-Pfalz
01. 07. 1986	Radio Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein
31. 12. 1986	Radio ffn	Niedersachsen
31. 12. 1986	Radio Hamburg	Hamburg
10. 04. 1987	Radio Hundert, 6	Berlin
01. 03. 1988	OK-Radio	Hamburg
05. 09. 1988	Antenne Bayern	Bayern
15. 11. 1989	Radio FFH	Hessen
31. 12. 1989	Radio Salü	Saarland
21. 05. 1990	Antenne Das Radio	Niedersachsen
12. 08. 1991	Radio Energy 103,4	Berlin
02. 09. 1991	Alster Radio[1])	Hamburg
09. 09. 1991	RTL 104,6 Berlin	Berlin
16. 11. 1991	Jazz-Welle Plus	Hamburg
09. 12. 1991	RPR 2	Rheinland-Pfalz
01. 01. 1992	Berliner Rundfunk	Berlin
01. 06. 1992	r.s.2	Berlin/Brandenburg
01. 07. 1992	Radio PSR	Sachsen
08. 09. 1992	Radio SAW	Sachsen-Anhalt
01. 12. 1992	Radio Brocken	Sachsen-Anhalt
01. 01. 1993	Radio Kiss FN	Berlin
01. 02. 1993	Antenne Thüringen	Thüringen
01. 03. 1993	Delta Radio	Schleswig-Holstein
19. 04. 1993	Antenne Sachsen	Sachsen
31. 05. 1993	Antenne Mecklenburg-Vorpommern	Mecklenburg-Vorpommern
31. 12. 1993	BB-Radio	Brandenburg

[1]) Vorher Radio 107 (seit 1. Juli 1987); mit neuem Zielgruppenkonzept seit 2. September 1991 Alster Radio.
Quelle: Spots Media Kataloge 1988 bis 1993; DLM-Jahrbücher 1989/90 und 1992.

2.2.2.3 Lokaler privatwirtschaftlicher Hörfunk

Als lokaler Hörfunkveranstalter gilt, wer von der zuständigen Landesmedienanstalt für einen begrenzten geographischen Raum (Stadt/Landkreis/Region) eine Sendeerlaubnis erhalten und Frequenzen zugeteilt bekommen hat. Zu den Programmschwerpunkten lokaler Veranstalter gehören i. d. R. Musik und Belange des örtlichen Geschehens.

Soweit sich die Länder für eigenständige lokale bzw. regionale Programme[203]) entschieden haben, gibt es sowohl hinsichtlich ihrer Konzeption als auch der Entwicklung ihres privatwirtschaftlich veranstalteten bzw. betriebenen Hörfunks Unterschiede. Deshalb erscheint hier eine nach Bundesländern getrennte Betrachtung sinnvoll.

In Baden-Württemberg sah das ursprüngliche Radiokonzept aufgrund des Landesrundfunkgesetzes vom 16. Dezember 1985 50 lokale und damit konkurrierend 23 regionale Verbreitungsgebiete vor. In der Hauptlizenzierungsphase 1987 bis 1989 wurden rd. 40 Hörfunkveranstalter zugelassen, danach gab es noch vereinzelte Neuzugänge und erste Marktaustritte. Ende 1993 waren rd. 40 lokale bzw. regionale Hörfunkprogramme auf Sendung, weitere elf Veranstalter verfügten über eine Sendelizenz, die sie jedoch nicht in Anspruch nahmen.[204]) Die derzeit bestehenden Lizenzen laufen alle am 30. September 1994 aus.

Aufgrund der Vielzahl der Programme und der häufig sehr kleinen Verbreitungsgebiete befanden sich viele der Privatradios in Baden-Württemberg in erheblichen finanziellen Schwierigkeiten. Eine Besonderheit stellte in diesem Zusammenhang die Möglichkeit des Frequenz-Splittings dar. Nach § 18 Abs. 1 LMedienG hatte die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) eine Aufteilung der Sendezeiten vorzunehmen, wenn bei mehreren Antragstellern für eine Frequenz eine Einigung oder Kooperation nicht zustande kam. Auch wenn dies nach der Novelle des LMedienG vom 14. Dezember 1987 nur noch in Ausnahmefällen zulässig war, hatte die Vielzahl der getroffenen Splittingentscheidungen zur Folge, daß zum Teil völlig unterschiedliche Radioformate, d. h. stark voneinander abweichende Programminhalte für verschiedenartige potentielle

[203]) Die Begriffe werden im folgenden, soweit keine eindeutige Trennung möglich ist, weitgehend synonym verwendet.

[204]) Vgl. Institut der deutschen Wirtschaft (IW): Privatfunk in Deutschland (IW-Privatfunk-Dossier). Köln 1993, S. 31.

Hörerkreise, innerhalb von 24 Stunden über eine Frequenz ausgestrahlt wurden. Darunter litt zwangsläufig die sog. Durchhörbarkeit der Frequenz mit entsprechend negativen Auswirkungen auf die Reichweite und den wirtschaftlichen Erfolg. 1991 gab es dann einen Konsens unter allen am privaten Hörfunk in Baden-Württemberg Beteiligten, das Splitting zu beenden.

Die Erfahrungen aus acht Jahren privaten Hörfunks in Baden-Württemberg haben zum Überdenken des Konzeptes geführt. An dem Modell der eigenständigen lokalen bzw. regionalen Veranstalter wird zwar grundsätzlich festgehalten, doch sieht das neue Landesmediengesetz in § 7 Abs. 2 nur noch bis zu sechs Verbreitungsgebiete für regionalen Hörfunk und bis zu 15 Verbreitungsgebiete für lokale Programme privater Rundfunkanbieter vor. Auf dieser Basis will die LfK ab Oktober 1994 nur noch 15 Lokalstationen, drei Bereichssender (Baden, Württemberg (Mitte) und Südost-Württemberg), eine Sonderfrequenz Stuttgart sowie sieben nichtkommerzielle Hörfunkstationen zulassen. Damit haben die Hörer in Baden-Württemberg bei den privaten Anbietern dann nahezu flächendeckend die Wahl zwischen einem Lokal- und einem Bereichsprogramm.

In Bayern hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) auf Grundlage des Medienerprobungs- und Entwicklungsgesetzes (MEG) ein Hörfunkkonzept entwickelt, das aus zwei Säulen besteht: ein geschlossenes landesweites Angebot (Antenne Bayern) und lokale/regionale Angebote an Orten, die eine gewisse Zentralitätsstufe im Sinne der Landesentwicklungsplanung aufweisen. Die Verbreitungsgebiete der lokalen Programme überschneiden sich zum Teil.

Der Anfang 1986 ausgearbeitete Frequenzplan sah 92 lokale Frequenzen an 78 Standorten vor. Der fortgeschriebene Plan weist zum 1. Mai 1992 unter Einbeziehung von Füllfrequenzen 123 Sendefrequenzen aus (Mitte 1993: 127 Sendefrequenzen).

Das erste bayerische Lokalradio ging in München am 29. Mai 1985 auf Sendung. Ihm folgten bald weitere Anbieter. Das Ziel, insgesamt 46 lokale Vollprogramme in Bayern zuzulassen, ist inzwischen weitgehend erreicht. Mitte 1993 waren 45 der vorgesehenen 46 Vollprogramme sowie 5 Fensterprogramme auf Sendung, die letzte Region — München-Umland — war ausgeschrieben. Damit können 85 % der bayerischen Bevölkerung mindestens ein Privatradio in Stereoqualität empfangen, im Endausbau sind 95 % realisierbar.

Rd. die Hälfte der bayerischen Lokalradios hatte bis Ende 1992 bereits die Gewinnzone erreicht, ein weiteres Viertel befand sich an der Schwelle zur eigenständigen wirtschaftlichen Tragfähigkeit. Der Kostendeckungsgrad insgesamt ist seit 1988 um rd. 30 Prozentpunkte auf 98 % gestiegen.[205]) Ursächlich hierfür waren u.a. auch Maßnahmen der BLM wie die Beseitigung des Frequenz-Splittings (das in Bayern allerdings nicht so ausgeprägt war wie in Baden-Württemberg), die Verbesserung der technischen Reichweiten und insbesondere die Zulassung von Zulieferprogrammen.[206]) Den Lokalstationen steht seit dem Frühjahr 1991 ein kostenloses 24-Stunden-Mantelprogramm (BLR) zur Verfügung, das sie bei Einhaltung eines mit der BLM vereinbarten Mindestanteils an eigenproduzierten Programmbeiträgen übernehmen können. Zur weiteren Verbesserung der wirtschaftlichen Situation der privaten Lokalradios dürfte ab 1994 eine Vereinbarung mit der landesweiten Antenne Bayern beitragen. Danach wird Antenne Bayern künftig auch die Lokalradios vermarkten und die Nettowerbeerlöse (Garantie: 15 Mio. DM p.a.) zur Finanzierung des Mantelprogramms (4,5 Mio. DM p.a.) bereitstellen bzw. an die Lokalstationen ausschütten.

Im Landesrundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen ist, wie bereits gesagt, der lokale Hörfunk auf der Basis des Zwei-Säulen-Modells[207]) festgeschrieben. Demgemäß haben die einzelnen Veranstalter lokaler Programme in ihrem Gebiet hinsichtlich des Wettbewerbs mit anderen lokalen Veranstaltern quasi eine Monopolstellung inne, d. h. eine Überschneidung der Verbreitungsgebiete soll weitestgehend ausgeschlossen werden. Die Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) mußte zunächst die Voraussetzungen für den Aufbau lokaler Hörfunkprogramme in allen Regionen des Landes schaffen. Wesentliche Grundlage bildete die Festlegung der Verbreitungsgebiete, die in den Jahren 1988 und 1989 in vier „Satzungen zur Festlegung von Verbreitungsgebieten für lokalen Hörfunk" erfolgte. Auf dieser Basis hatte die Rundfunkkommission der LfR bis Januar 1992 in allen 46 Verbreitungsgebieten Veranstaltergemeinschaften lizenziert und damit in allen Teilen Nordrhein-Westfalens dem lokalen Hörfunk den Weg geebnet.

Als erster Veranstalter ging am 1. April 1990 Radio Duisburg auf Sendung, als vorerst letzter im November 1992 Radio Erft. In 44 der vorgesehenen 46 Verbreitungsgebiete waren im Jahr 1993 Lokalradios auf Sendung. Es ist fraglich, ob in den letzten beiden Regionen (Kreis Euskirchen und Rhein-Bergischer/Oberbergischer Kreis) die Privatstationen aus wirtschaftlichen Gründen überhaupt den Sendebetrieb aufnehmen werden.

Im Gegensatz zum bayerischen Recht war in Nordrhein-Westfalen von Anfang an die Übernahme von Mantelprogrammen zur Komplettierung der Sendezeiten zulässig. Nach dem Landesrundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen muß ein Veranstalter mindestens acht Stunden eigenständiges Programm pro Tag produzieren. Für Veranstalter in strukturschwachen Regionen, in denen sonst kein wirtschaftlich tragfähiger Privatfunk möglich wäre, ist die Auflage auf fünf Stunden reduziert.

Die LfR hat in den Jahren 1990 bis 1992 für 43 Verbreitungsgebiete dem Rahmenprogrammveranstalter radio NRW Lizenzen erteilt. Lediglich Antenne

[205]) Vgl. BLM Info, Nr. 82 vom 5. Juli 1993, S. 5.

[206]) Medienratsbeschluß vom 22. November 1990.

[207]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.2.1.2.

Aachen bezog ihr Mantelprogramm zunächst von RTL-Baden-Württemberg, schloß sich aber im November 1993 ebenfalls radio NRW an. Die Veranstalter übernehmen außerhalb ihrer eigenständig produzierten Programme das Mantelprogramm via Satellit und sind damit in der Lage, rund um die Uhr zu senden.

Insgesamt stellt sich die Bilanz der nordrhein-westfälischen Lokalradios wie folgt dar: Rd. 27 % oder 3,65 Mio. Personen ab 14 Jahren hören an einem durchschnittlichen Werktag inzwischen lokale Privatradios.[208]) Die Akzeptanz der Lokalradios steigt stetig, auch wenn der WDR mit seinem Programmangebot noch deutlich vorne liegt. Der Mantelprogrammanbieter radio NRW ist lt. MA mit 780000 (1992) bzw. 850000 (1993) Hörern pro durchschnittlicher Stunde Deutschlands reichweitenstärkstes Privatradio.[209])

Im Freistaat Sachsen sind seit Ende Mai 1993 neben den zwei landesweiten Programmen sieben Lokalradios an den Standorten Dresden, Leipzig, Chemnitz und Görlitz auf Sendung. Damit hat Sachsen in relativ kurzer Zeit eine vielfältige private Hörfunklandschaft aufgebaut. Reichweitenanalysen liegen naturgemäß nach dieser kurzen Sendedauer noch nicht vor.

[208]) Ergebnis der Elektronischen Medien Analyse E.M.A. Nordrhein-Westfalen, zitiert nach: Medienspiegel, 17. Jg., Nr. 27 vom 5. Juli 1993, S. 3.

[209]) Vgl. Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA): Media-Analyse (MA) 1992. Frankfurt/Main 1992 und MA '93.

2.2.3 Strukturelle Entwicklung des privatwirtschaftlichen Fernsehens

2.2.3.1 Bundesweites privatwirtschaftliches Fernsehen

Mit dem Start des Kabelpilotprojekts Ludwigshafen am 1. Januar 1984 sind erstmals in Deutschland kommerzielle Programmveranstalter und nichtkommerzielle Institutionen im Rahmen eines Versuchs eigenverantwortlich neben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten getreten. Damit war auch der Start für SAT. 1, Musicbox und RTL-Plus frei.[210]) Das SAT. 1-Programm wurde im Auftrag der Lizenzträgerin, der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk mbH, von der Sendezentrale des Kabelpilotprojekts Ludwigshafen ausgestrahlt, und ab Januar 1985 wurde das Programm dann auch über Satellit verbreitet. Musicbox als Videoprogramm wurde von Anfang an über Satellit ausgestrahlt und startete im Kabelprojekt Ludwigshafen mit einem einstündigen Programmbeitrag pro Tag im Offenen Kanal (OK). Demgegenüber verbreitete RTL-Plus sein Programm zunächst von Luxemburg aus über terrestrische Sender, die im Saarland, in Teilen von Rheinland-Pfalz und im Südwesten Nordrhein-Westfalens zu empfangen waren.

Die drei genannten Veranstalter[211]) haben ihre Reichweiten inzwischen schrittweise auf das gesamte Bundesgebiet ausgedehnt. Im Jahr 1987 kam zusätzlich

[210]) Vgl. auch im folgenden: Elke Halefeldt: Regionaler Einstieg ins bundesweite Fernsehen? In: Media Perspektiven, Heft 1/84, S. 33—44.

[211]) Musicbox wurde ab dem 11. Januar 1988 in Tele 5, ab dem 1. Januar 1993 in DSF umbenannt.

Tabelle B 79:

Bundesweite privatwirtschaftliche Fernsehanbieter

Aufnahme des Sendebetriebs	Name	Firmensitz	Lizenzierung durch Landesmedienanstalt von
01. 01. 1984[1])	SAT.1	Rheinland-Pfalz	Rheinland-Pfalz
02. 01. 1984[2])	RTL	Nordrhein-Westfalen	Niedersachsen
01. 01. 1989[3])	PRO 7	Bayern	Schleswig-Holstein
28. 02. 1991	Première	Hamburg	Hamburg
29. 02. 1992	Der Kabelkanal	Bayern	Bayern
30. 11. 1992	n-tv	Berlin	Berlin-Brandenburg
01. 01. 1993[4])	Deutsches Sportfernsehen (DSF)	Bayern	Bayern
25. 01. 1993[5])	VOX	Nordrhein-Westfalen	Nordrhein-Westfalen
06. 03. 1993	RTL 2	Nordrhein-Westfalen	Hessen
01. 12. 1993	VIVA	Nordrhein-Westfalen	Nordrhein-Westfalen

[1]) Seit dem 1. Januar 1985 unter den Namen SAT.1; vorher: Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk mbH, ausgestattet mit SAT.1-Lizenz.

[2]) Bis 1. Dezember 1992 RTL-Plus.

[3]) Löste das Informationsprogramm Eureka ab, das ab dem 1. Mai 1987 über Kabel und Satellit verbreitet wurde.

[4]) Löste den Privatveranstalter Tele 5 (seit dem 11. Januar 1988) ab, der unter dem Namen „Musicbox" bereits seit 1. Januar 1984 auf Sendung war.

[5]) Die weitere Aufrechterhaltung des Sendebetriebs war bei Redaktionsschluß noch fraglich.

Quelle: Spots Media Kataloge 1988 bis 1993; DLM-Jahrbücher 1989/90 und 1992.

das Informationsprogramm Eureka auf den Markt, das jedoch nur wenig Akzeptanz fand und bereits 1989 von PRO 7, einem stark unterhaltungsorientierten Vollprogramm, abgelöst wurde.

Eine Übersicht über die Ende 1993 ausstrahlenden zehn bundesweiten privaten Fernsehveranstalter gibt Tabelle B 79. Bei der Betrachtung der einzelnen Programmangebote der neueren Anbieter zeigt sich eine Abkehr von Vollprogrammen hin zur zielgruppenorientierten Spezialisierung auf — meist der Unterhaltung dienende — Spartenprogramme. Im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Programmen haben die privaten Vollprogramme einen hohen Unterhaltungsanteil, wenngleich sich teilweise im Laufe der Zeit eine Tendenz zur Reduzierung des reinen Fiction-Anteils zugunsten anderer Unterhaltungsangebote wie Sport, Spielshows und Fernsehspiele herausgebildet hat.[212])

Bei den spezialisierten Spartenprogrammen reicht das Spektrum von der reinen Unterhaltung (Der Kabelkanal), über reine Nachrichten (n-tv) und Musik (VIVA) bis zu überwiegend Sport mit Unterhaltungselementen (Deutsches Sportfernsehen — DSF). Bei VOX hat sich ein Wandel vom reinen Informationsspartenprogramm zum Vollprogramm vollzogen. Von

[212]) Vgl. auch im folgenden: Udo Michael Krüger: Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System. In: Media Perspektiven, Heft 5/91, S. 303—332; ders.: Kontinuität und Wandel im Programmangebot. In: Media Perspektiven, Heft 6/93, S. 246—266.

Tabelle B 80:

Kennziffern zum Programmumfang und -inhalt ausgewählter bundesweiter Fernsehveranstalter — öffentlich-rechtlich und privat —

		früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Programmumfang	Tsd. Min.											
○ öffentlich-rechtlich		1 600	1 681	1 883	1 983	2 046	2 097	2 237	2 348	2 456	2 701	3 541
○ privat bundesweit		—	—	.	.	.	.	.	1 574	1 751	3 500	4 500
Programminhalte ARD/ZDF-Durchschnitt[1])	%											
○ Unterhaltung insgesamt		.	.	.	.	34,8	37,1	35,6	36,9	36,6	38,4	38,8
darunter:												
– Fiction-Programme insgesamt		.	.	.	.	31,1	31,1	29,2	30,4	31,2	32,6	33,5
– Spielfilme		.	.	.	.	11,3	10,8	13,7	12,0	11,7	13,5	14,4
– TV-Filme/Serien		.	.	.	.	14,3	15,3	12,4	14,7	16,1	16,6	16,2
○ Information insgesamt		.	.	.	.	33,2	36,0	35,1	36,6	43,2	38,5	39,1
darunter Nachrichten		.	.	.	.	8,5	10,7	9,5	10,3	8,7	7,8	8,4
○ Sonstiges		.	.	.	.	32,0	27,0	29,2	26,5	20,2	23,1	22,1
darunter:												
– Sport		.	.	.	.	14,3	11,9	13,1	7,4	4,0	5,3	4,6
– Kinder- und Jugendprogramme		.	.	.	.	3,9	4,5	7,0	8,4	7,1	7,7	8,2
– Werbung		.	.	.	.	2,5	3,1	2,3	2,9	2,2	2,2	1,4
RTL/SAT.1-Durchschnitt	%											
○ Unterhaltung insgesamt		—	—	.	.	47,8	55,0	53,4	52,8	53,1	55,0	51,5
darunter:												
– Fiction-Programme insgesamt		—	—	.	.	38,6	50,1	50,0	50,0	48,7	48,6	43,3
– Spielfilme		—	—	.	.	22,6	24,8	21,8	19,7	19,9	20,4	14,0
– TV-Filme/Serien		—	—	.	.	16,0	25,3	28,3	30,3	28,2	28,0	28,2
○ Information insgesamt		—	—	.	.	19,6	17,3	24,6	24,3	19,5	17,5	19,0
darunter Nachrichten		—	—	.	.	9,5	10,8	7,9	7,1	6,3	5,0	5,4
○ Sonstiges		—	—	.	.	32,6	27,6	22,0	22,9	27,4	27,6	29,5
darunter:												
– Sport		—	—	.	.	7,2	4,4	3,5	4,2	5,0	3,7	3,9
– Kinder- und Jugendprogramme		—	—	.	.	9,0	1,2	4,9	5,5	5,5	5,3	6,7
– Werbung		—	—	.	.	4,0	6,6	5,5	7,0	12,1	14,2	14,3

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

[1]) Hauptprogramme.

Quelle: Berechnungen des DIW; Udo Michael Krüger: Programmstrukturanalyse: ARD, ZDF, SAT.1 und RTL im Vergleich 1986 bis 1992. In: Media Perspektiven, Heft 6/93, S. 246–266.

den neueren Anbietern hat allein RTL 2, der im März 1993 den Sendebetrieb aufgenommen hat, vom Start an auf ein jugend- und unterhaltungsorientiertes Vollprogramm gesetzt. Einen Sonderfall bildet Premiere, das als Abonnementfernsehen seit Februar 1991 in Deutschland zu empfangen ist.[213])

Die privaten Fernsehanbieter sind schwerpunktmäßig in Nordrhein-Westfalen und Bayern angesiedelt. Ausschlaggebend für die Wahl des Sitzes war und ist neben der medienrechtlichen Infrastruktur vor allem auch die Frage, inwieweit die Landesmedienanstalt des betreffenden Landes bereit ist, dem Veranstalter terrestrische Frequenzen zuzuteilen.

Bis auf den als reines Kabelprogramm konzipierten Kabelkanal sind alle privatwirtschaftlich veranstalteten Fernsehprogramme über Kabel und Satellit zu empfangen. Terrestrische Frequenzen haben darüber hinaus SAT. 1, RTL, PRO 7, n-tv, DSF und VOX. Die zunehmende Ausstattung der Haushalte mit Satellitenempfangseinrichtungen[214]) läßt es allerdings fraglich erscheinen, ob durch die terrestrische Ausstrahlung eine erhebliche Verbesserung der Reichweite möglich ist. Gleichwohl beabsichtigt RTL 2, seinen Firmensitz nach Bayern zu verlegen, da die Bayerische Landesmedienanstalt dem Veranstalter terrestrische Frequenzen zugesagt hat.

Neben dem Wettbewerb um Einschaltquoten und Werbeeinahmen hat insbesondere die stetige Zunahme der Zahl von Fernsehveranstaltern dazu geführt, daß die öffentlich-rechtlichen wie die privaten Anbieter ihre Sendezeiten ausdehnten. Als erster Veranstalter weitete Tele 5 sein Programm auf 24 Stunden aus. Dem folgten PRO 7, RTL und bis Ende 1993 nahezu alle privaten Anbieter. Lediglich bei den Programmen von VOX, DSF und Premiere gibt es eine kurze Programmunterbrechung in den frühen Morgenstunden. Bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten stieg die durchschnittliche Programmdauer pro Tag von rd. 14 Stunden im Jahre 1986 auf über 18 Stunden im Jahre 1992.[215]) Programmumfang und -inhalt der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der zwei marktstärksten privaten Fernsehanbieter sind in Tabelle B 80 einander gegenübergestellt.

Die Verlängerung der Sendezeit, die sich insbesondere in den Nachtstunden in erster Linie auf Wiederholungen stützt, hat allerdings kaum zu einer Veränderung der Fernsehnutzungsmuster im Tagesablauf geführt. Die Sehbeteilungsraten haben sich in den frühen Morgenstunden (6.00 bis 9.00 Uhr) und im Nachtprogramm (2.00 bis 6.00 Uhr) kaum der 1 %-Marke angenähert. Entsprechend scheint die Senderpräsenz für das Vollzeitprogramm wichtiger zu sein als die zu erwartenden Werbeeinnahmen.

Tabelle B 81 zeigt die Entwicklung der Marktanteile der großen Fernsehstationen von 1987 bis Ende 1993.[216]) Die dort ausgewiesenen drei größeren privaten Fernsehanbieter haben ihre Programmanteile kontinuierlich erhöhen können, ebenso die „sonstigen Anbieter", in denen sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Veranstalter zusammengefaßt sind. Im gleichen Zeitraum sind die Marktanteile von ARD und ZDF kontinuierlich zurückgegangen.

Die technische Entwicklung, insbesondere die Verbreitung der Satellitentechnik, ermöglichte im Berichtszeitraum einen sprunghaften Anstieg der Anzahl der in der Bundesrepublik Deutschland empfangbaren Fernsehprogramme. Über europäi-

[213]) Einzelheiten zum Abonnementfernsehen finden sich in Kapitel B.III.2.2.3.3.

[214]) Vgl. hierzu Kapitel C.III.4 sowie Kapitel E.I.1.1.

[215]) Vgl. hierzu Fußnote 212.

[216]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.3.2.2.

Tabelle B 81:

Entwicklung der Marktanteile der Fernsehanbieter 1987 bis 1993 in %[1])
— montags bis sonntags (6.00 Uhr bis 6.00 Uhr) —

	früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)				
	1987 (1. Halbjahr)	1987 (2. Halbjahr)	1988 (1. Halbjahr)	1988 (2. Halbjahr)	1989 (1. Halbjahr)	1989 (2. Halbjahr)	1990 (1. Halbjahr)	1990 (2. Halbjahr)	1991 (1. Halbjahr)	1991 (2. Halbjahr)	1992 (1. Halbjahr)	1992 (2. Halbjahr)	1993 (1. Halbjahr)	1993 (1. Juli – 28. Dezember)
RTL	1,1	1,4	2,2	6	9	11	11,2	12,5	13,9	15	15,9	18	18,6	19,2
SAT.1	0,9	2,1	4,7	6,5	7,9	9,1	9,1	9,3	9,7	11,7	12,5	13,9	14,6	15,2
ARD[2])	42,7	41,6	39,6	36,1	33,4	31,5	31,3	30,2	28,2	23,9	23	20,3	17,4	16,6
ZDF	41,2	40,3	37,5	34,9	33	30,5	30,1	26,7	26,2	22,8	22,4	20,2	18,8	17,3
PRO 7	—	—	—	—	—	—	—	2,5	3,6	5	6	7,4	9,5	9
sonstige	14,1	14,6	16,0	16,5	16,7	17,9	18,3	18,8	18,4	21,6	20,2	20,2	21,1	22,7

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

[1]) Basis: Zuschauer ab sechs Jahren in allen Fernsehhaushalten der Bundesrepublik Deutschland.

[2]) Ohne Dritte Programme.

Quelle: Kabel & Satellit, H

sche Rundfunk- und Fernmeldesatelliten werden z. Zt. mehr als 70 Programme verbreitet, die zu einem großen Teil in Deutschland zu empfangen sind. Bis Ende des Jahrhunderts könnte die Zahl der in Europa ausgestrahlten Programme auf ca. 200 ansteigen.[217])

Die Mehrheit der europäischen Satellitenfernsehprogramme ist privatwirtschaftlichen Ursprungs; ihre Veranstalter finanzieren sich durch Werbung oder Abonnenten. Überwiegend handelt es sich um Vollprogramme, in denen die populären Unterhaltungsangebote dominieren, sowie um Spartenprogramme in den Bereichen Information, Sport und (Pop-)Musik.

Trotz der Vielzahl der empfangbaren ausländischen Programme ist die Nutzung fremdsprachiger Angebote mit Ausnahme der Sport- und Musikkanäle jedoch eher gering.[218]) Wie Untersuchungen ergeben haben, lag der Marktanteil dieser Programme in Deutschland 1992 unter 3 %.[219]) Dessen ungeachtet werden in alle Kabelnetze fremdsprachige Programme eingespeist. Neben den englisch- und französischsprachigen Vollprogrammen Super Channel und TV 5 sind dies insbesondere Spartenprogramme wie der Nachrichtenkanal CNN, das Musikprogramm MTV oder der Sportkanal Eurosport. Eine Besonderheit bildet das türkischsprachige Vollprogramm TRT-International, das sich an die türkischen Mitbürger in Deutschland wendet und dort auf große Akzeptanz trifft.

2.2.3.2 Regional- und Lokalfernsehen

Regional- und Lokalprogramme wurden bisher nur über Kabel, vor allem in Bayern, ansatzweise auch in Baden-Württemberg oder — in zeitlich begrenzten Fensterprogrammen über RTL und SAT. 1 — bundesweit gesendet.[220]) Auf der Grundlage von § 20 RfStV 1991, nach dem die Landesmedienanstalten die Organisation der Fensterprogramme in zeitlicher und technischer Hinsicht unter Berücksichtigung der Interessen der betroffenen Veranstalter untereinander abstimmen sollen, hat die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten am 25. Mai 1993 einen Beschluß zu regionalen TV-Fensterprogrammen gefaßt.[221]) Danach werden ab 1994 die Fensterprogramme innerhalb der Programme von SAT. 1 und RTL an Werktagen von 17.30 bis 18.00 Uhr (SAT. 1) und von 18.00 bis 18.30 Uhr (RTL) gesendet. Bis 1994 wurden die Fenster in unterschiedlichem Zeitrahmen zwischen 17.45 und 18.45 Uhr eingefügt, wobei zeitliche Überschneidungen möglich waren.

Gegen Ende des Jahres 1993 gab es 26 regionale und lokale Anbieter für die Fensterprogramme der beiden genannten bundesweiten Programme; dabei handelt es sich überwiegend um landesweite Veranstalter. Ferner konzentrierte sich ein gutes Dutzend Veranstalter auf Ballungsräume und lokale Großräume; sie waren bis auf eine Ausnahme alle in Bayern angesiedelt. Einige der regionalen und lokalen Programme werden in der Regie des jeweiligen bundesweiten Fernsehveranstalters hergestellt, an anderen — insbesondere in Bayern — sind zum Teil oder ausschließlich Drittanbieter beteiligt.[222])

Die Tendenz geht jedoch z. Zt. dahin, lokalen bzw. regionalen Anbietern terrestrische Frequenzen zur Verfügung zu stellen. Unter dem Stichwort „Ballungsraumfernsehen“, d. h. terrestrisch verbreiteten Vollprogrammen für dichtbesiedelte Regionen, sollen neue Märkte erschlossen werden. Zugrundeliegende Idee ist, daß ein für einen möglichst begrenzten Raum mit enger wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Verflechtung zugeschnittenes Programm für die dort lebende Bevölkerung sowie für die ansässige werbetreibende Wirtschaft Attraktivität besitzt.[223]) Vorreiter für Ballungsraumfernsehen sind tv weiß-blau, das bereits seit acht Jahren im Münchner Kabelnetz verbreitet und seit September 1993 drahtlos gesendet wird, sowie IA Berlin-Brandenburg (Sendestart: 28. November 1993). In Nürnberg und Hamburg sind entsprechende Programme im Stadium der Planung.

2.2.3.3 Abonnementfernsehen

Ausstrahlung und Empfang des gegen eine monatliche Gebühr zu beziehenden Abonnementfernsehens (Pay-TV) basieren auf einer (De-)Codierung der Impulse; der Abonnent benötigt hierzu ein spezielles Zusatzgerät.

In Deutschland gibt es bisher nur einen Anbieter von Abonnementfernsehen: Das Fernsehprogramm Premiere bietet seinen Zuschauern vorrangig Sportsendungen und Spielfilme. Der Erfolg des Veranstalters, der nach eigenen Angaben im Frühjahr 1994 die Gewinnschwelle überschritten hat, ist darauf zurückzuführen, daß zum Programmangebot aktuelle Kinofilme gehören und Werbung gänzlich fehlt.[224]) Z. Zt. wird über die Gründung weiterer Pay-TV-Programme in den Sparten Kinderfernsehen und Sport diskutiert.[225])

2.2.3.4 Ausblick und Perspektiven

Obwohl sich seit der Einführung des dualen Rundfunksystems das Angebot an Vollprogrammen deutlich erhöht hat, ein Anstieg der für Werbung eingesetzten finanziellen Mittel und des für die Fernsehnutzung verwendeten Zeitbudgets jedoch

---

[217]) Vgl. hierzu und im folgenden: Rüdiger Schmitt-Beck: Satellitenfernsehen in Deutschland. In: Media Perspektiven, Heft 8/92, S. 470—485.

[218]) Vgl. Jochen Zimmer: Europas Fernsehen im Wandel. Probleme einer Europäisierung von Ordnungspolitik und Programmen. Frankfurt/Main/u. a. 1993, S. 289 ff.

[219]) RSL Research Services: PETAR 1993. The Sixth Pan European Television Audience Research. Harrow 1993.

[220]) Eine Übersicht über alle lokalen und regionalen Fernsehprogramme enthält Kabel & Satellit, Heft 41/93, S. 33 ff.

[221]) Abgedruckt in: DLM-Jahrbuch 1992, S. 59 f.

[222]) Vgl. im einzelnen FUNK-Korrespondenz, Heft 45/93, S. 7 ff.

[223]) Vgl. Bert Siegelmann: Chancen und Grenzen von regionalen und lokalen Fernsehprogrammen. In: DLM-Jahrbuch 1992, S. 61, 63.

[224]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.3.2.2.

[225]) Vgl. Medienspiegel, 17. Jg., Nr. 40 vom 4. Oktober 1993, S. 4.

für die Zukunft unsicher ist, treten weiterhin neue Anbieter auf den Fernsehmarkt. Bei den neu hinzukommenden Fernsehveranstaltern ist jedoch deutlich ein Trend zur Spezialisierung auf ein bestimmtes Programmprofil oder auf das Fernsehpublikum in einer bestimmten Region zu beobachten. Daneben gewinnt das Abonnementfernsehen als Angebotsform für Zuschauer wie Veranstalter zunehmend an Attraktivität.

Das bisher bestehende Angebot von Spartenprogrammen in den Kategorien Sport, Pop-Musik und Nachrichten soll durch ein Reise-, ein Wetter- sowie ein Musikprogramm, das speziell auf ältere Zuschauer zugeschnitten ist, ergänzt werden.[226]) Durch die Ausrichtung auf eine bestimmte Zuschauer-Klientel erhoffen sich die Veranstalter Einnahmen aus zielgruppengerichteter Werbung.

Dank der fortschreitenden technischen Entwicklung sind künftig auch andere Formen des nicht werbefinanzierten privaten Fernsehens denkbar, und zwar:

- „pay per view", d.h. TV auf Einzelbestellung. Der Teilnehmer zahlt nicht für das gesamte Angebot, sondern nur für die Zeiteinheiten, die er tatsächlich in Anspruch nimmt;
- „video on demand", d.h. der Zuschauer kann sich aus einer Bibliothek einen Film seiner Wahl gegen Gebühr zu jedem beliebigen Zeitpunkt übermitteln lassen;
- interaktives Fernsehen, d.h. der Zuschauer kommuniziert über das Fernsehen mit dem Veranstalter. Erste Versuche dieser Art in Deutschland sind von großen Versandhäusern geplant.

Die permanente Fortentwicklung der Kommunikationstechnik macht noch viele weitere Veränderungen im Fernsehbereich wahrscheinlich.

2.2.4 Offene Rundfunkkanäle

Offene Rundfunkkanäle dienen der lokalen oder regionalen Verbreitung nichtprofessioneller Rundfunkbeiträge. Die Verbreitung kann sowohl über terrestrische Sendeeinrichtungen als auch über Kabel erfolgen.

Der Offene Kanal (OK) steht interessierten Kommunikatoren und Rezipienten unentgeltlich zur Verfügung. Träger sind zum Teil die Landesmedienanstalten, zum Teil gemeinnützige Vereine. Einzelpersonen, gesellschaftlichen Gruppen, Organisationen, Vereinen, Verbänden und Institutionen wird die Möglichkeit eröffnet, selbständig und in eigener Verantwortung Rundfunkbeiträge herzustellen und verbreiten zu lassen. Die Beiträge müssen den im Rundfunkstaatsvertrag enthaltenen allgemeinen Programmgrundsätzen genügen, dürfen keine Werbung enthalten, nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet sein und nicht gegen Entgelt ausgestrahlt werden. Offene Kanäle werden nur von einem kleinen Prozentsatz der Bevölkerung aktiv genutzt; insoweit sind sie keine Konkurrenz für die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter.

[226]) dpa-Informationen 51/52/93, S. 12.

Die Offenen Kanäle sind in der dualen Rundfunkordnung Deutschlands politisch, rechtlich und finanziell fest verankert; zeitgleich mit der Etablierung des privaten Rundfunks hat man auch die Einrichtung von Offenen Kanälen beschlossen.[227]) In den meisten Bundesländern sind die Offenen Kanäle Bestandteil der Landesmediengesetze[228]), Sachsen-Anhalt will sie als Versuch bei der Neufassung des Gesetzes berücksichtigen. Nur in Bayern sind Offene Kanäle nicht ausdrücklich im Gesetz vorgesehen.

Derzeit existieren im Hörfunk in Deutschland vier Offene Kanäle: in Berlin (seit August 1985), Hamburg (seit Juni 1988), Saarland (seit November 1989) und Schleswig-Holstein (seit November 1992). In Saarbrücken, Hamburg und Lübeck wird der Offene Hörfunk-Kanal über terrestrische Sender, in Berlin über Kabel verbreitet. Die wöchentliche Sendezeit liegt zwischen 56 Stunden, verteilt auf 7 Tage (Berlin), und 10 Stunden, verteilt auf 2 Tage (Saarbrücken).[229])

Als bisher einziges Bundesland hat Nordrhein-Westfalen in seinem Landesmediengesetz festgeschrieben, daß die lokalen Hörfunkanbieter bis zu 15 % ihrer täglich terrestrisch ausgestrahlten Sendezeit, höchstens jedoch zwei Stunden pro Tag, Gruppen nichtwirtschaftlicher, insbesondere kultureller, Zielsetzung zur Verfügung stellen müssen. Bei den 44 lokalen Radiostationen gehört der sog. Bürgerfunk zum täglichen Programmangebot.

Im Fernsehbereich gab es, wie Tabelle B 82 zu entnehmen ist, Mitte 1993 27 Offene Kanäle, die ausschließlich über Kabel verbreitet wurden. Der erste Offene Fernsehkanal startete mit dem Kabelpilotprojekt Ludwigshafen bereits am 1. Januar 1984; auch in Nordrhein-Westfalen (Dortmund) und in Berlin gingen die Offenen Kanäle mit dem Start der Kabelpilotprojekte auf Sendung. Bis 1993 standen in acht Bundesländern derartige „Bürgerkanäle" zur Verfügung. Die dichteste Versorgung hat das Land Rheinland-Pfalz, wo 1993 15 der insgesamt 27 deutschen Offenen Kanäle aktiv waren. Die wöchentliche Sendezeit schwankt zwischen 56 Stunden, verteilt auf sieben Tage (Berlin), und zwei Stunden alle 14 Tage (Echtershausen). Der Programmumfang wird maßgeblich vom Umfeld der einzelnen Sendegebiete bestimmt. So ist in Großstädten die Zahl der potentiellen aktiven Teilnehmer am „Bürgerkanal" höher als in ländlichen Regionen.[230])

Insgesamt haben die Offenen Kanäle die Anfangsphase ihrer Entwicklung noch nicht abgeschlossen. Es bedarf nach Einschätzung von Fachleuten einer systematischen Aufbauarbeit, will man die Offenen Kanäle

[227]) Vgl. Art. 6 RfStV 1987 bzw. § 29 RfStV 1991.

[228]) Vgl. die einschlägigen Bestimmungen der einzelnen Landesmediengesetze: § 43 MedienStV Berlin-Brandenburg; § 27 LMG BW; §§ 26, 27 BremLMG; § 30 HambMedienG; §§ 29, 30 HPRG; § 5 RG MV; §§ 37—41, 46—48 NdsLRG, §§ 34—36 LRG NW; § 39 LRG RP; § 64 LRG Saarland; § 3 SächsPRG; §§ 26—30 LRG SH; §§ 35, 36 TPRG.

[229]) Vgl. Tabelle B 82.

[230]) Vgl. zu den Programmachern in Offenen Kanälen: Thorsten Grothe/Roy Müller: Der Offene Kanal aus der Sicht der Programmacher. In: Media Perspektiven, Heft 7/93, S. 317—324.

Tabelle B 82:

Offene Kanäle in Deutschland

Land	Ort	Sendebeginn[1])		wöchentliche Sendezeit[2])	
		Fernsehen[3])	Hörfunk[4])	Stunden	Sendetage
Rheinland-Pfalz	Ludwigshafen	1/84	—	36	6
	Neustadt	12/87	—	12	4
	Schifferstadt	7/88	—	11	4
	Worms	11/88	—	12	4
	Trier	10/89	—	6	2
	Koblenz	11/89	—	6	2
	Rodalben/Pirmasens	12/89	—	10	4
	Speyer	5/91	—	6–8	2–3
	Kaiserslautern	7/91	—	9	3
	Zweibrücken	2/91	—	12	4
	Hauenstein	12/91	—	8	4
	Daun	5/92	—	2	1
	Echtershausen	7/92	—	2–3	1
	Andernach	12/92	—	6	2
	Kirchheimbolanden	4/93	—	2	1
Nordrhein-Westfalen	Dortmund	7/85	—	20	5
	Duisburg	2/88	—	14	5
	Meckenheim	2/89	—	8	5
	Essen	10/89	—	8	7
	Oer-Erkenschwick	10/91	—	3	2
	Rheine	12/91	—	5	5
Berlin	Berlin	8/85	—	56	7
	Berlin	—	8/85	56	7
Hamburg	Hamburg	9/88	—	26	6
	Hamburg	—	6/88	35	6
Saarland	Saarbrücken	9/90	—	4	1
	Saarbrücken	—	11/89	10	2
Schleswig-Holstein	Kiel	8/92	—	18	6
	Lübeck	—	11/92	36	6
Bremen	Bremen	8/92	—	8	2
Hessen	Kassel	8/92	—	20	5

[1]) Teilweise handelt es sich bei den Angaben nicht um den tatsächlichen Sendebeginn, sondern um den Zeitpunkt der Lizenzierung.

[2]) Nicht in allen Fällen wird die genannte wöchentliche Sendezeit voll genutzt: Echtershausen sendet i. d. R. nur alle 14 Tage; die Angaben für Nordrhein-Westfalen beziehen sich auf die Originalbeiträge; einschl. Wiederholungen belaufen sich die Sendezeiten auf 60 Std. (Dortmund), 28 Std. (Duisburg), 18 Std. (Meckenheim), 28 Std. (Essen), 6 Std. (Oer-Erkenschwick), 17 Std. (Rheine); in Kassel und Hamburg wird das Programm komplett wiederholt; auch unter den übrigen Angaben finden sich zum Teil Wiederholungen.

[3]) Offene Kanäle im Fernsehen sind ausschließlich via Kabel empfangbar.

[4]) In Nordrhein-Westfalen ist der Offene Kanal im Hörfunk als 15 %-Programm im terrestrischen lokalen Hörfunk integriert; in Saarbrücken, Hamburg und Lübeck wird der Offene Kanal im Hörfunk terrestrisch, in Berlin via Kabel verbreitet.

Quelle: Elfriede Walendy: Offene Kanäle in Deutschland — ein Überblick. In: Media Perspektiven, Heft 7/93, S. 306–316, hier S. 309.

zu einer gefestigten und langlebigen Einrichtung machen.[231]) Probleme ergeben sich derzeit vor allem aus dem relativ geringen Programmanteil bei fehlenden Hinweisen auf die entsprechenden Sendungen sowie aus dem „Prinzip der Schlange", d.h. Reihenfolge und Ausstrahlung der Sendungen hängen von den Anmeldeterminen ab und stehen nicht in Zusammenhang mit speziellen Themen oder Ereignissen. Daneben erfordert die Einhaltung der allgemeinen Programmgrundsätze verstärkte Kontrollmaßnahmen. So versuchen z.B. politische Splittergruppen, über das Instrument des Offenen Kanals ihre Standpunkte zu verbreiten. Somit ist darauf zu achten, daß niemand die Offenen Kanäle als zur Stärkung der Meinungsvielfalt geschaffene Einrichtungen für rundfunkrechtlich unzulässige Aktivitäten mißbraucht.

3 Wirtschaftliche Entwicklung

Wie sich im Zeitraum 1982 bis 1992 der Beitrag des Rundfunksektors zum BIP entwickelte, ist Tabelle B 83 zu entnehmen.

Demnach stieg im früheren Bundesgebiet der sektorale Produktionswert von 6,4 Mrd. DM um 75 % auf 11,2 Mrd. DM im Jahre 1990, näherte sich also etwa dem der Zeitschriftenverlage (13,5 Mrd. DM) an, die in jenen Jahren einen Produktionswertzuwachs von 51 % erzielten.[232]) Die Zahl der im Rundfunk sozialversicherungspflichtig Beschäftigten belief sich 1990 auf rd. 37 000. In Gesamtdeutschland betrugen 1992 der Produktionswert des Rundfunksektors 16,3 Mrd. DM und die Zahl der dort sozialversicherungspflichtig Beschäftigten etwa 45 000.

Wegen der unterschiedlichen Rahmenbedingungen sind die wirtschaftlichen Entwicklungen in den beiden Sektoren des öffentlich-rechtlichen und des privatwirtschaftlichen Rundfunks gesondert zu beschreiben. Intersektorale Wechselwirkungen werden in die Einzeldarstellungen insoweit einbezogen, wie sie das betrachtete Geschehen mitgeprägt haben.

3.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

3.1.1 Landesrundfunkanstalten der ARD und ZDF

Auch in wirtschaftlicher Hinsicht haben sich die Tätigkeitsbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit dem — 1985 erstmals marktwirksam gewordenen — Ausbau der dualen Rundfunkordnung erheblich verändert. Besonders deutlich zeigt

[231]) Vgl. Veronika Heidinger/Frank Schwab/Peter Winterhoff-Spurk: Offene Kanäle in der Aufbauphase. In: Media Perspektiven, Heft 7/93, S. 336—341, hier S. 340.

[232]) Vgl. hierzu die Ausführungen zur gesamtwirtschaftlichen Position der Medien im Zeitraum 1982 bis 1992 in Kapitel B.I.

Tabelle B 83:

Produktion und Beschäftigung: Rundfunk insgesamt

	früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)
	1982	1984	1986	1988	1990	1992
	in Mio. DM[1])					
Produktionswert	6400	7140	8045	9165	11200	16300
davon: Fernsehen	4500	5290	5445	6130	7650	11205
Hörfunk	1900	2350	2600	3035	3550	5095
darunter: Nettowerbeeinnahmen	1620	1780	2065	2735	3800	5490
zum Vergleich: steuerbarer Umsatz der Rundfunkanstalten lt. Umsatzsteuerstatistik	1260	1515	1875	2350	3500	5560
Bruttowertschöpfung	2810	3515	3310	3590	4220	6940
○ Steuern	345	405	425	455	370	340
○ Abschreibungen	235	310	400	505	585	740
○ Einkommen aus unselbständiger Arbeit	2380	2535	2895	3505	3705	5260
○ Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	–150	265	–410	–875	–420	–5
Vorleistungen	3590	3625	4735	5575	6980	9360
	in Tsd.					
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	29	30	33	35	37	45

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweilige Preise.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Schätzungen des DIW.

Tabelle B 84:

Nettoumsätze des Werbefernsehens 1984 bis 1993
— in Mio. DM/ohne Produktionskosten/vor Skonti nach Abzug von Rabatten und Mittlergebühren —

Sendeorganisation	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
ARD	816,9	860,0	884,3	914,4	943,6	935,4	732,2	761,2	576,7	444,8
ZDF	539,5	579,8	576,0	617,8	632,4	679,1	712,0	718,8	721,0	370,4
DFF[1])	—	—	—	—	—	—	94,0	204,1	—	—
öffentlich-rechtlicher Sektor insgesamt	1 356,4	1 439,8	1 460,3	1 532,2	1 576,0	1 614,5	1 538,2	1 684,1	1 297,7	815,2
RTL	—	15,3	24,6	47,7	124,6	294,4	690,9	1 010,8	1 471,0	1 844,8
SAT.1	—	5,9	10,9	37,9	115,5	307,4	546,4	802,2	1 050,2	1 288,0
PRO 7	—	—	—	—	—	14,5	47,0	165,1	401,6	670,0
TELE 5/DSF[2])	—	—	—	—	18,0	26,0	35,7	42,2	95,0	—
Kabelkanal	—	—	—	—	—	—	—	—	12,4	31,5
n-tv[3])	—	—	—	—	—	—	—	—	0,3	—
RTL 2[4])	—	—	—	—	—	—	—	—	—	60,5
sonstige[5])										117,4
privater Sektor insgesamt	—	21,2	35,5	85,6	258,1	642,3	1 320,0	2 020,5	3 030,5	4 012,2
Werbefernsehen insgesamt	1 356,4	1 461,0	1 495,8	1 617,8	1 834,1	2 256,8	2 858,2	3 704,6	4 328,2	4 827,4

[1]) Der Sendebetrieb des nur kurze Zeit auf dem Werbefernsehmarkt der ehemaligen DDR tätigen Deutschen Fernsehfunks wurde zum 31. Dezember 1991 eingestellt.
[2]) Seit dem 1. Januar 1993 Deutsches Sportfernsehen (DSF).
[3]) Sendebetrieb seit dem 30. November 1992.
[4]) Sendebetrieb seit dem 6. März 1993.
[5]) Darunter VOX mit 41,2 Mio. DM, IA Neues Fernsehen (für Berlin und Brandenburg (seit 6. März 1993 auf Sendung) 1,2 Mio. DM sowie DSF und alle übrigen mit 75 Mio. DM (ZAW-Schätzung).

Quelle: ZAW-Jahrbücher 1989 sowie 1992 bis 1994.

sich dies an der seither voranschreitenden Verringerung des von den öffentlich-rechtlichen Programmen erreichten Publikums. Zwar minderte dieser Wandel die Erträge der öffentlich-rechtlichen Anstalten des alten Bundesgebietes nur bei den Entgelten für Werbeleistungen, dort aber gegenüber dem bisherigen Höchststand von 1989 recht einschneidend. Dazu trug bei, daß die Anstalten die durch intensivierten Wettbewerb, insbesondere durch sinkende Einschaltquoten, bewirkte Minderung der Erlöse und Preise in aller Regel nicht durch Ausweitung bzw. Verbesserung der Werbeleistungen, etwa durch Erhöhung der Werbekontakte, auffangen konnten.[233])

Eine entsprechende Reaktion auf das Marktgeschehen durch Mengenanpassung der Werbung im Fernsehen, auf das 1993 noch 59,8 % der Nettowerbeumsätze des öffentlich-rechtlichen Sektors entfielen, verhinderte die im Vergleich zum Hörfunk engere Begrenzung der Werbetätigkeit nach Dauer (im werktäglichen Durchschnitt 20 Minuten) und nach Darbietungszeit (zwischen 18.00 und 20.00 Uhr). Die Nettowerbeumsätze (einschl. Werbefunk) des öffentlich-rechtlichen Sektors erreichten 1989 ihr bis 1993 nicht wieder erreichtes Maximum von 2,3 Mrd. DM. Mit einem Minus gegenüber dem Vorjahr von 37,2 % und gegenüber 1989 von 49,5 % ergab sich 1993 der vorerst größte Umsatzeinbruch beim Werbefernsehen; im Werbefunk war die Umsatzeinbuße gegenüber 1989 mit 19,6 % erheblich geringer. Von 1984 bis 1993 sank der öffentlich-rechtliche Anteil an den von rd. 1,89 Mrd. DM auf 5,83 Mrd. DM gestiegenen Nettowerbeumsätzen des Rundfunks von 96,0 % (1,82 Mrd. DM) auf 23,4 % (1,36 Mrd. DM).[234]) Über Einzelheiten des Marktgeschehens unterrichten die Tabellen B 84 bis 88 und die weiter unten folgenden Tabellen B 100 und 101.

Wegen ihrer Bedeutung für die Rundfunkfinanzierung bedürfen besonderer Erwähnung die in Tabelle B 88 wiedergegebenen Zeitreihen über die auf dem Werbefernsehmarkt jährlich erzielte „Werbeleistung" und die durchschnittlichen Erlöse je Leistungseinheit (Nettowerbeeinnahme je Minute für durchschnittlich erreichte 1000 Zuschauer — „Tausenderkontaktpreis"). Demnach steigerte sich bis 1992 die Werbeleistung auf annähernd das Siebenfache des Ergebnisses von 1985, gleichzeitig sank jedoch der gesamtdurchschnittliche Nettoumsatz je Leistungseinheit auf 37 % des von ARD und ZDF in 1985 erzielten Nettoumsatzes je Leistungseinheit,

[233]) Im Werbefunk bildete der NDR eine Ausnahme: Besondere Umstände ermöglichten ihm Leistungsausweitungen. Er steigerte seinen Nettowerbeumsatz 1992 gegenüber 1989 um 55,7 %. Allerdings wog dieser Zuwachs die Umsatzeinbußen seines Werbefernsehens nicht auf: Der Saldo beider Änderungen betrug ./. 54,7 Mio. DM.

[234]) Aus gerundeten Zahlen errechnet.

Tabelle B 85:

Entwicklung der Marktanteile des Werbefernsehens und Werbefunks 1970 bis 1992 — nach Sendesystemen/Angaben in %[1]) —

	1970	1976	1984	1986	1988	1989	1990	1991	1992
ARD Werbefernsehen	50,6	48,6	43,2	42,6	35,7	30,6	20,2	16,4	10,9
ZDF Werbefernsehen	26,2	32,0	28,5	27,7	24,0	22,2	19,6	15,4	13,6
ARD/ZDF Summe	76,8	80,6	71,7	70,3	59,7	52,8	39,8	31,8	24,4
RTL Werbefernsehen	—	—	k.A.	1,2	4,7	9,6	19,1	21,7	27,7
SAT.1 Werbefernsehen	—	—	—	0,5	4,4	10,0	15,1	17,2	19,8
PRO 7 Werbefernsehen	—	—	—	—	—	—	1,3	3,5	7,6
TELE 5 Werbefernsehen ...	—	—	—	—	0,7	0,8	1,0	0,9	1,8
Kabelkanal Werbefernsehen	—	—	—	—	—	—	—	—	0,2
Privatfernsehen Summe	—	—	—	1,7	9,8	20,4	36,4	47,8	57,0
DFF[7])	—	—	—	—	—		—	4,4	—
Werbefernsehen insgesamt .	76,8	80,6	71,7	72,0	69,5	73,3	76,2	79,6	81,4
ARD Werbefunk	15,8	15,0	24,3	24,4	25,7	22,3	17,9	12,3	11,4
Funk-Kombi Nord	—	—	—	—	3,8[6])	3,6[6])	3,0[6])	2,2[6])	–[2])
radio NRW	—	—	—	—	—	—	—	—	0,9
RTL Radio[3])	7,4	4,4	4,0	3,5	1,1	0,8	0,4	0,2	0,3
RPR	—	—	—	—	—	—	0,5	0,4	0,5[4])
Antenne Bayern	—	—	—	—	—	—	1,0	0,9	1,0
FFH	—	—	—	—	—	—	0,4	0,7	0,9[6])
Hundert,6	—	—	—	—	—	—	0,6[6])	0,6[6])	0,7
sonstige private Werbefunksender	—	—	—	—	—	—	—	1,0	2,9[6])
Private insgesamt	7,4	4,4	4,0	3,5	4,9	4,4	5,9	8,1	7,2[5])
Hörfunk neue Bundesländer[7])	—	—	—	—	—	—	—	2,0	—
Werbefunk insgesamt	23,2	19,4	28,3	28,0	30,5	26,7	23,8	20,4	18,6
Rundfunkwerbung insgesamt (in Mio. DM)	684,0	1068,0	1890,7	2075,6	2640,0	3059,0	3625,5	4652,9	5315,0

[1]) Nettoumsätze ohne Produktionskosten (sowie vor Skonti nach Abzug von Rabatten und Mittlergebühren).
[2]) Die Funk-Kombi Nord wird 1992 nicht mehr separat ausgewiesen, da die Sonderstruktur mit den Vorjahreswerten nicht mehr vergleichbar ist.
[3]) RTL Radio 1992 setzt sich zusammen aus 104,6 RTL Berlin und RTL Südwest/RTL Kombi 1.
[4]) RPR 1 und RPR 2.
[5]) In die Berechnung der privaten Werbefunkumsätze gehen alle 1992 von S + P erfaßten Sender, mit deren Umsatzwerten bzw. Schätzungen, ein. Nicht enthalten sind die Werbefunkumsätze der privaten Sender in den neuen Bundesländern, der lokalen Anbieter in Bayern und Teilen Baden-Württembergs.
[6]) Schätzwerte; Basis: Nielsen Werbeforschung S + P, eigene Berechnungen.
[7]) Übergangsstatus der Rundfunkeinrichtungen der ehemaligen DDR; zum 31. Dezember 1991 als neugegründete Anstalten des öffentlichen Rechts in die ARD integriert.

Quelle: Mechthild Storck: Verschiebung der intermedialen Gewichte — Der Werbemarkt 1992. In: Media Perspektiven, Heft 5/93, S. 197—210, hier S. 203.

Tabelle B 86:

Kennziffern zur Marktentwicklung: Hörfunk 1982 bis 1992

		früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Einnahmen öffentlich-rechtlich[1])	Mio. DM	1 662	1 891	2 115	2 161	2 233	2 318	2 520	2 594	2 904	2 908	3 830
○ Gebühren		1 053	1 240	1 447	1 471	1 497	1 524	1 556	1 589	1 885	1 940	2 828
○ Werbung		404	431	459	463	507	556	678	683	649	572	606
○ sonstige		54	63	54	73	65	64	67	65	85	85	117
○ Haushaltsmittel		145	152	148	154	164	174	219	256	286	310	535
Werbeinnahmen privat	Mio. DM											
○ insgesamt		—	—	—	—	100	185	255	310	385	410	535
○ landesweite Programme		—	—	—	—	87	138	151	177	245	255	365
Hördauer[2])	Min./Tag	—	156	—	—	146	156	154	156	162	163	169
Tagesreichweite Hörfunk[2])	%	—	81	—	—	78	78	79	80	81	81	82
Werbeminuten je Programm	Min./Jahr											
○ Öffentlich-rechtliche[3])		21 615	21 311	19 803	20 842	22 955	25 012	27 517	27 470	25 846	23 416	23 569
○ landesweite Private[4])		—	—	—	15 936	—	—	—	18 088	18 060	16 825	19 096
Werbeleistung[5])	Mrd.											
○ insgesamt		222,5	240,4	232,6	207,7	226,8	234,3	265,3	265,7	246,6	203,3	207,1
○ landesweite Private[4])		—	—	—	19,1	—	—	—	31,2	42,9	57,6	79,9
Werbepreise Nettowerbeumsätze je Tsd. Hörer[6])	DM											
○ insgesamt		—	—	—	.	.	.	.	5,95	6,30	5.85	5,15
○ ARD		3,85	3,85	4,05	4,25	4,55	5,10	5,95	5,95	6,35	6,70	5,00
○ landesweite Private[4])		—	—	—	.	.	.	.	5,90	6,20	4,85	5,35

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

[1]) 1991: ohne Einrichtung gemäß Art. 36 Einigungsvertrag; 1992: ohne Gebührenanteil für bundesweiten Rundfunk.

[2]) Personen über 14 Jahre.

[3]) Durchschnitt je ARD-Anstalt.

[4]) Von S+P erfaßte private Hörfunkprogramme; 1985: nur RTL.

[5]) Werbezeiten (30-Sekunden-Einheiten) multipliziert mit den durchschnittlichen Stunden-Reichweiten der jeweiligen Programme.

[6]) Minuteneinnahmen je Tsd. erreichte Hörer über 14 Jahre (Basis: Hörer je Std.); nach Minutenanteilen gewichteter Durchschnitt.

Quellen: ARD-Jahrbücher; AG.MA; Schmidt + Pohlmann, AC. Nielsen Werbeforschung (S + P): Bruttowerbeumsätze in den klassischen Medien 1982–1992; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 87:

Kennziffern zur Marktenwicklung: Fernsehen 1982 bis 1992

		früheres Bundesgebiet									Bundesrepublik Deutschland*)	
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Einnahmen öffentlich-rechtlich[1])	Mio. DM	3 907	4 321	4 585	4 865	4 856	4 986	5 109	5 196	5 683	6 046	7 392
o Gebühren		2 231	2 517	2 790	2 821	2 854	2 895	2 939	2 993	3 463	3 552	5 029
o Werbung		1 247	1 285	1 356	1 440	1 460	1 532	1 576	1 615	1 444	1 684	1 298
o sonstige		429	519	439	605	543	559	594	589	777	810	1 065
Einnahmen privat	Mio. DM	—	—	—	21	36	90	275	674	1 395	2 162	3 269
o Werbung		—	—	—	21	36	90	275	654	1 365	2 071	3 073
o Pay-TV		—	—	—	—	—	—	—	20	30	91	196
tägliche Sehdauer[2])	Min./Tag	141	141	146	147	149	154	152	153	156	160	168
Tagesreichweite[2])	%	63	62	62	71	71	70	70	69	69	69	70
Werbeleistung[4])	Mrd.											
o insgesamt		179	204	192	185	201	223	268	359	412	833	1 253
o Öffentlich-rechtliche		179	204	192	185	196	212	203	188	170	196	145
o bundesweite Private		—	—	—	—	5	12	64	171	242	637	1 108
Werbeminuten je Programm	Min./Jahr	6 071	6 083	6 069	5 658	5 969	6 584	7 716	9 901	10 593	13 093	14 195
o Öffentlich-rechtliche[3])		6 075	6 090	6 081	6 025	5 967	6 064	6 164	5 963	5 762	6 108	4 981
o bundesweite Private		—	—	—	4 141	6 259	8 914	12 373	19 033	22 210	28 958	38 121
Preise	DM											
o Pay-TV-Abo (Monat)		—	—	—	—	—	—	—	34	34	39	39
o Nettowerbeumsätze je Tsd. Zuschauer[5])												
– insgesamt		—	—	—	—	14,19	14,56	11,15	8,06	9,75	6,38	5,66
– ARD/ZDF		13,94	12,50	14,01	15,31	14,62	14,31	15,33	16,98	17,01	15,20	17,24
– Private		—	—	—	—	13,78	14,73	9,76	6,66	8,81	5,45	5,02

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) ARD und ZDF; 1992 einschl. des Gebührenanteils für ARTE.
[2]) Personen über 14 Jahre.
[3]) Ohne Hessen 3.
[4]) Werbezeiten (30-Sekunden-Einheiten) multipliziert mit den durchschnittlichen 1/2-Std.-Reichweiten der jeweiligen Programme.
[5]) Minutenumsätze je Tsd. erreichte Zuschauer über 14 Jahre (Basis: Zuschauer je 1/2 Std.), nach Minutenanteilen gewichtete Durchschnitte.

Quellen: ARD/ZDF-Jahrbücher; ZAW; Media-Analyse; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 88:

Kennziffern zur Anbieterkonzentration: Fernsehen

		früheres Bundesgebiet										Bundesrepublik Deutschland*)
		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Werbemarktanteile insgesamt[1]) Programme	%											
o ARD		60,4	61,6	60,2	58,9	59,1	56,4	51,0	41,2	26,1	21,4	13,3
o ZDF		39,6	38,4	39,8	39,7	38,5	38,1	34,2	29,9	25,3	20,2	16,7
o RTL		—	—	—	1,0	1,6	2,9	6,7	13,0	24,6	28,5	34,0
o SAT.1		—	—	—	0,4	0,7	2,3	6,2	13,5	19,5	22,6	24,3
o Pro 7		—	—	—	—	—	—	0,3	0,6	1,7	4,7	9,3
o Tele 5		—	—	—	—	—	0,2	1,0	1,1	1,3	1,2	2,2
o Kabelkanal		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0,3
Zuschauermarktanteile insgesamt[2])	%											
o ARD		—	—	—	43,5	45,0	42,3	38,2	32,7	30,8	27,5	22,0
o ZDF		—	—	—	42,2	40,3	41,0	36,2	32,0	28,8	25,6	22,0
o Dritte Programme		—	—	—	10,2	10,1	10,4	11,2	10,5	9,0	8,8	8,3
o übrige Öffentlich-rechtliche		—	—	—	0,3	0,3	0,3	0,7	0,7	1,3	1,3	2,4
o RTL		—	—	—	0,7	0,7	1,3	3,9	10,5	11,5	14,4	16,7
o SAT.1		—	—	—	0,2	0,2	1,3	5,3	8,5	9,0	10,6	13,1
o Pro 7		—	—	—	—	—	—	0,3	0,7	3,2	3,8	6,5
o Tele 5		—	—	—	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7	1,9	1,9	3,0
Werbemarktanteile Privatprogramme[3])	%											
o größte 2		—	—	—	—	—	95,5	87,6	92,0	90,6	87,6	82,1
o größte 3		—	—	—	—	—	100,0	94,2	95,9	94,1	95,5	95,1
Zuschauermarktanteile Privatprogramme[2]/[3])	%											
o größte 2		—	—	—	83,3	83,3	94,1	66,7	78,4	68,1	67,8	75,8
o größte 3		—	—	—	100,0	100,0	100,0	96,7	96,8	92,5	93,9	92,4

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Anteil an den Nettowerbeumsätzen aller Fernsehsender; 1990 und 1991: ohne DFF.
[2]) Anteil an der Sehdauer von Erwachsenen über 14 Jahren in allen TV-Haushalten.
[3]) Private insgesamt = 100 %.
Aufgrund der unterschiedlichen Datenbasis lassen sich die hier errechneten Anteilswerte nicht aus den absoluten Zahlen der Tabelle B 84 errechnen.
Quelle: GfK; ZAW; Berechnungen des DIW.

Tabelle B 89:

Verhältnis von Nettowerbeumsätzen und Rundfunkgebührenerträgen 1984 bis 1992

Jahr	Nettowerbeumsätze		Rundfunkgebührenerträge		zusammen	
	Mrd. DM	%	Mrd. DM	%	Mrd. DM	%
1984	1,82	30	4,24	70	6,05[1])	100
1989	2,30	33	4,58	67	6,88	100
1990	2,09	28	5,36	72	7,45	100
1991	2,05	27	5,53	73	7,59[1])	100
1992	1,90	19	8,05	81	9,95	100

[1]) Aus ungerundeten Zahlen errechnet.
Quelle: ARD- und ZAW-Jahrbücher 1984 bis 1992, Haushaltspläne des ZDF sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 90:

Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Landesrundfunkanstalten von 1984 bis 1992 — in Mio. DM —

	1984	1986	1988	1989	1990	1991*)	1992**)
Erträge aus Rundfunkgebühren (Hörfunk und Fernsehen) ohne ZDF-Anteile	3 400,3	3 494,3	3 615,2	3 685,1	4 322,6	4 469,9	6 697,1
Kostenerstattungen	607,3	850,1	895,0	914,9	738,1	743,7	646,2
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungen vor Abzug der Steuern	327,4	334,5	365,6	369,1	333,1	258,7	174,3
sonstige Erträge	737,7	630,2	714,0	696,9	924,3	977,6	1 208,6
Erträge insgesamt	5 072,7[1])	5 309,1	5 589,8	5 665,9[1])	6 318,0[1])	6 449,9[1])	8 726,2
Aufwendungen insgesamt (darunter Personalaufwendungen)	4 633,7 (1 885,3)	5 353,4 (2 127,4)	5 917,7 (2 422,4)	5 771,8 (2 218,5)	6 179,1 (2 410,8)	6 751,1 (2 739,5)	8 465,8 (3 137,4)
Saldo der Aufwendungen und Erträge	439,0	–44,3	–327,9	–105,9	138,9	–301,2	260,4

[1]) Rundungsdifferenz.
*) Die Darstellung folgt den Angaben im ARD-Jahrbuch 1993.
**) Erstmals eingeschlossen auch die Erträge und Aufwendungen für die Tätigkeit von Landesrundfunkanstalten der ARD in den neuen Bundesländern.
Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993 sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 91:

Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Zweiten Deutschen Fernsehens 1984 bis 1992 — in Mio. DM —

	1984	1986	1988	1989	1990	1991*)	1992**)
Erträge aus Fernseh-Rundfunkgebühren	837,1	842,1	880,7	896,7	1 037,7	1 064,8	1 350,2
Erträge aus Werbefernsehen	527,8	564,5	620,1	665,7	698,2	704,2	706,5
sonstige Erträge	223,7	84,2	141,2	115,3	224,3	398,0	292,4
Erträge insgesamt	1 588,6	1 490,8	1 642,0	1 677,8[1])	1 960,2	2 166,9[1])	2 349,0[1])
Aufwendungen insgesamt (darunter Personalaufwendungen)	1 518,8 (349,1)	1 477,2 (367,0)	1 691,3 (417,2)	1 721,5 (395,8)	1 892,1 (430,2)	2 186,0 (466,7)	2 230,7 (543,7)
Saldo der Aufwendungen und Erträge	69,8	13,7[1])	–49,3	–43,7	68,2[1])	–19,1	118,4[1])

[1]) Rundungsdifferenz.
Quelle: Haushaltsplä

nämlich von 15,31 DM auf 5,66 DM. Beide (negativ korrelierten) Entwicklungen folgten einem schon vor 1990 deutlich erkennbaren, den üblichen Marktmechanismus bestätigenden Grundtrend. In welchem Umfang der Erlös je Leistungseinheit unter dem Einfluß von Erhöhungen der Leistungsmenge sinken kann, zeigt sich bereits beim Vergleich der Jahre 1987 und 1988: Damals stand einer gesamtdurchschnittlichen Erhöhung der Leistungsmenge um 20 % eine Minderung des gesamtdurchschnittlichen Umsatzes pro Leistungseinheit um 23 % gegenüber. Hieran gemessen fiel die entsprechende Minderung etwa in 1991 gegenüber 1990 um knapp 35 % eher moderat aus, denn sie ging einher mit einer guten Verdoppelung der Leistungsmenge. Vor diesem Hintergrund ist trotz einer Reihe zu berücksichtigender Einflußgrößen (Buchungsrhythmen der Werbewirtschaft, konjunkturelle Lage, Einigung Deutschlands u. ä.) nicht recht verständlich, weshalb die öffentlich-rechtlichen Anstalten noch 1991 bei tendenziell sinkender Leistungsmenge und weit überdurchschnittlichen Kontaktpreisen ihrer Werbung für den Zeitraum bis Ende 1994 insgesamt nur geringfügig sinkende Werbeerlöse erwarteten.[235])

[235]) Vgl. Erstes Sondervotum der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) vom 26. Mai 1993, hier insbesondere S. 13 ff.

Der Rückgang der auf den öffentlich-rechtlichen Sektor entfallenden Leistungsmengen und Werbeumsätze war auch eine Folge der sinkenden Reichweiten der Programme. So verringerte sich u. a. die Anzahl der am frühen Abend von Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens durchschnittlich erreichten Haushalte von 1989 bis 1992 um etwa ein Drittel.[236]) Wie Tabelle B 88 belegt, ergeben sich im Zeitraum 1985 bis 1992 für die Marktanteile der einzelnen öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter noch weitaus stärkere Rückgänge.

Setzt man die Nettowerbeumsätze der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit den Erträgen aus den Rundfunkgebühren in Beziehung, so ergeben sich in den Jahren 1984 bis 1992 die in Tabelle B 89 dargestellten Relationsänderungen.

Die Entwicklung der Aufwände und Erträge in den Jahren 1984 bis 1992 ist in stark zusammenfassender Darstellung den Tabellen B 90 bis 92 zu entnehmen.[237])

[236]) Siehe dazu im einzelnen Kapitel E.I.3.3, insbesondere Tabelle E 7.

[237]) Über die Festsetzung und die Entwicklung der Rundfunkgebühren im Berichtszeitraum informiert Kapitel B.III.2.1.5.

Tabelle B 92:

Zuwachsraten von Erträgen und Aufwendungen 1984 bis 1992 — in % der Vorjahreszahlen —

	1984	1986	1988[1])	1989	1990	1991	1992[2])	1992[2]) gegenüber 1984
Landesrundfunkanstalten								
Rundfunkgebührenerträge (ohne ZDF-Anteile)	+13,3	+1,4	+1,8	+1,9	+17,3	+3,4	+49,8	+97,0
Kostenerstattungen	+15,8	+11,0	+4,0	+2,2	–19,3	+2,4	–13,1	+6,4
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungen vor Abzug der Steuern	+25,7	–6,9	+26,8	+1,0	–9,8	–22,3	–32,6	–46,8
sonstige Erträge	–1,7	–15,0	–2,7	–2,4	+32,6	+4,5	+23,6	+63,8
Erträge insgesamt	+10,4	0,0	+2,9	+1,4	+11,5	+2,1	+35,3	+72,0
Aufwendungen insgesamt	+9,3	+7,6	+6,3	–2,5	+7,1	+9,3	+25,4	+82,7
(darunter Personalaufwendungen)	(+1,5)	(+10,0)	(+8,2)	(–8,4)	(+8,7)	(+13,6)	(+14,5)	(+66,4)
Zweites Deutsches Fernsehen								
Fernsehrundfunk-Gebührenerträge	+10,8	+1,2	+1,4	+1,8	+15,7	+2,6	+26,8	+61,3
Erträge aus Werbefernsehen	+9,0	–0,7	+2,4	+7,4	+4,9	+0,9	+0,3	+33,9
sonstige Erträge	+240,0	–40,2	+15,6	–18,3	+94,5	+77,4	–26,5	+30,7
Erträge insgesamt	+21,7	–3,3	+2,7	+2,2	+16,8	+10,5	+8,4	+47,9
Aufwendung insgesamt	+29,5	+4,6	+6,4	+1,8	+9,9	+15,5	+0,2	+46,9
(darunter Personalaufwendungen)	(+16,7)	(+12,5)	(+8,6)	(–5,1)	(+8,7)	(+8,5)	(+16,5)	(+55,7)

[1]) Jahreszuwachsraten des ZDF im Jahr 1988 sind anhand der Angaben im ZDF-Jahrbuch 1989 errechnet, d.h. Aufwendungen und sonstige Erträge sind gegenüber den Ausgaben lt. Haushaltsplan stärker saldiert (1988 um 26,8 Mio. DM).

[2]) Die Zuwachsraten des Jahres 1992 sind durch den erstmaligen Einbezug von Erträgen und Aufwendungen für die Tätigkeit von Landesrundfunkanstalten der ARD in den neuen Bundesländern beeinflußt.

Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993, Haushaltspläne des ZDF, ZDF-Jahrbuch 1989 sowie eigene Berechnungen.

Im Berichtszeitraum änderten sich die zur Unterscheidung zwischen betrieblichen und sonstigen Aufwendungen/Erträgen von den Anstalten benutzten Kriterien. Wegen der daraus resultierenden Beeinträchtigung von Zeitreihenvergleichen wurde von einem gesonderten Ausweis der betrieblichen Aufwendungen und betrieblichen Erträge abgesehen. Das Verhältnis der Personalaufwendungen zu den Gesamtaufwendungen entwickelte sich wie in Tabelle B 93 dargestellt.

Demnach erreichten im Gebührenzeitraum vom 1. Juli 1983 bis 31. Dezember 1989 die Personalkosten bei den ARD-Rundfunkanstalten im letzten Kalenderjahr dieser Periode ihren geringsten Anteil an den jährlichen Gesamtaufwendungen. Eine erneute Senkung der prozentualen Personalkostenanteile

Tabelle B 93:

Personalkosten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten — in % der Gesamtaufwendungen —

Jahr	ARD	ZDF
1984	40,7	23,0
1986	39,7	24,8
1988	40,9	24,7
1989	38,4	23,0
1990	39,0	22,7
1991	40,6	21,3
1992	37,1	24,7

Quelle: Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993, Haushaltspläne des ZDF sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 94:

Anteil der Personalkosten an den Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 1984 bis 1992 — in % des Gesamtaufwandes —

	1984	1986	1988	1990	1991	1992	Änderung der Anteile 1988:1984 (= 100)	1992:1988 (=100)	Personalkosten-zuwachs 1988:1984 (= 100)	1992:1988 (= 100)
Landesrundfunkanstalten (alte Bundesländer)										
○ Bayerischer Rundfunk (BR)	38,3	39,1	36,7	33,4	35,8	35,3	−4,2	−3,8	+22,6	+18,0
○ Hessischer Rundfunk (HR)	44,7	44,7	44,1	39,9	45,2	43,5	−1,3	−1,4	+31,0	+19,9
○ Norddeutscher Rundfunk (NDR)	42,0	41,0	45,4	42,1	46,3	40,4	+8,1	−11,0	+34,6	+21,9
○ Radio Bremen (RB)	48,4	47,4	50,2	51,8	47,5	49,7	+3,7	−1,0	+17,8	+20,2
○ Saarländischer Rundfunk (SR)	41,4	42,3	43,8	42,9	44,0	43,3	+5,8	−1,1	+23,8	+21,7
○ Sender Freies Berlin (SFB)	51,0	44,9	51,7	48,0	42,5	37,5	+1,4	−27,5	+22,6	−3,9
○ Süddeutscher Rundfunk (SDR)	38,2	36,5	39,8	38,5	40,5	37,3	+4,2	−6,3	+36,8	+16,5
○ Südwestfunk (SWF)	42,0	40,3	37,7	36,8	38,6	37,4	−10,2	−0,8	+18,0	+27,7
○ Westdeutscher Rundfunk (WDR)	36,8	36,5	37,8	38,4	37,9	36,8	+2,7	−2,6	+33,0	+19,6
Landesrundfunkanstalten (neue Bundesländer)										
○ Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)	—	—	—	—	—	26,0	—	—	—	—
○ Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg (ORB)	—	—	—	—	—	28,2	—	—	—	—
Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)	23,0	24,8	24,7	22,7	21,3	24,4	+7,4	−1,2	+19,5	+30,3
Bundesrundfunkanstalten										
○ Deutschlandfunk (DLF)	44,5	44,2	43,7	41,9	42,9	43,3	−1,8	−0,9	+7,1	+26,2
○ Deutsche Welle (DW)	47,1	45,3	46,6	46,2	42,4	38,6	−1,1	−17,2	+15,8	+42,2
RIAS Berlin	64,1	60,2	50,8	43,1	46,6	59,1	−20,7	−16,3	+35,1	+20,0

Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993, Haushaltspläne des ZDF sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 95:

Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Deutschen Welle (DW) 1984 bis 1992

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	in Mio. DM								
Zuweisungen des Bundes	233,8	247,4	265,3	281,9	290,5	300,4	319,8	370,5	495,6
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	3,9	1,7	1,4	3,8	6,7	4,6	5,0	5,2	5,9
Erträge	237,7	249,1	266,7	285,7	297,2	305,0	324,8	375,7	501,5
Betriebsaufwendungen	249,5	260,9	281,7	281,0	292,2	296,2	324,0	371,5	502,2
(darunter Personalausgaben)	(117,6)	(123,3)	(127,7)	(131,3)	(136,2)	(139,3)	(149,6)	(157,7)	(193,7)
Betriebsergebnis	−11,8	−11,8	−15,0	+4,7	+5,0	+8,8	+0,8	+4,2	−0,7
neutrale Erträge	2,8	2,8	3,3	—	—	—	—	—	—
neutrale Aufwendungen	1,7	1,9	2,2	—	—	—	—	—	—
Saldo der neutralen Ergebnisse	+1,1	+0,9	+1,1	—	—	—	—	—	—
Saldo aus den Ergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnungen	−10,7	−10,9	−13,9	+4,7	+5,0	+8,8	+0,8	+4,2	−0,7

Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993 (betriebswirtschaftliches Ergebnis).

Tabelle B 96:

Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Deutschlandfunks (DLF) 1984 bis 1992

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	in Mio. DM								
Zuweisungen des Bundes	78,0	81,8	87,5	94,4	99,0	107,8	115,2	124,8	155,6
ARD-Finanzhilfe	52,1	52,1	52,1	52,1	52,1	52,1	58,0	58,0	29,0
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	8,9	9,6	9,8	13,1	13,5	13,4	18,6	21,2	18,9
Erträge	139,0	143,5	149,4	159,6	164,6	173,3	191,8	204,0	203,5
Betriebsaufwendungen	154,4	154,0	156,7	166,6	168,5	176,8	195,0	212,4	214,5
(darunter Personalausgaben)	(68,7)	(65,7)	(69,3)	(74,8)	(73,6)	(76,5)	(81,7)	(91,1)	(92,9)
Betriebsergebnis	−15,4	−10,5	−7,3	−7,0	−3,9	−3,5	−3,2	−8,4	−11,0
neutrale Erträge	3,9	5,3	4,5	—	—	—	—	—	—
neutrale Aufwendungen	0,8	0,9	0,6	—	—	—	—	—	—
Saldo der neutralen Ergebnisse	+3,1	+4,4	+3,9	—	—	—	—	—	—
Saldo aus den Ergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnungen	−12,3	−6,1	−3,4	−7,0	−3,9	−3,5	−3,2	−8,4	−11,0

Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993 (betriebswirtschaftliches Ergebnis).

Tabelle B 97:

Ertrags- und Aufwandsentwicklung des RIAS Berlin 1984 bis 1992

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
	in Mio. DM								
Zuweisungen des Bundes und Erträge	70,3	72,2	76,4	78,5	119,8	148,4	170,9	185,3	123,6[1]
Erträge	70,3	72,2	76,4	78,5	119,8	148,4	170,9	185,3	123,6
Betriebsaufwendungen	70,3	72,2	76,4	78,5	119,8	148,4	170,9	185,3	123,6
(darunter Personalausgaben)	(45,1)	(46,1)	(46,0)	(47,6)	(60,9)	(65,7)	(73,6)	(86,4)	(73,1)
Betriebsergebnis	—	—	—	—	—	—	—	—	—

[1]) Der Betriebsteil Fernsehen des RIAS wurde ab dem 1. April von der Deutschen Welle übernommen.
Quelle: ARD-Jahrbücher 1985 bis 1993.

Tabelle B 98:

Zuwachsraten der Erträge und Betriebsaufwendungen 1984 bis 1992

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1992 gegenüber 1984
	im Vergleich zum Vorjahr in %									
Deutsche Welle (DW)										
Zuweisungen des Bundes	−4,8	+5,8	+7,2	+6,3	+3,1	+3,4	+6,5	+15,9	+33,8	+112,0
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+2,6	−56,4	−17,7	+171,4	+76,3	−31,3	+8,7	+4,0	−13,5	+51,3
Erträge	−4,7	+4,8	+7,1	+7,1	+4,0	+2,6	+6,5	+15,7	+33,5	+111,0
Betriebsaufwendungen	+3,5	+4,6	+8,0	−0,3	+4,0	+1,4	+9,4	+14,7	+35,2	+101,3
(darunter Personalausgaben)	(+2,3)	(+4,9)	(+3,6)	(+2,8)	(+3,7)	(+2,3)	(+7,4)	(+5,4)	(22,8)	(+64,7)
Deutschlandfunk (DLF)										
Zuweisungen des Bundes und ARD-Finanzhilfe	+0,1	+2,9	+4,3	+4,9	+3,1	+5,8	+8,3	+5,5	+1,0	+41,9
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+4,7	+7,9	+2,1	+33,7	+3,1	−0,7	+38,8	+14,0	−10,9	+112,4
Erträge	+0,4	+3,2	+4,1	+6,8	+3,1	+5,3	+10,7	+6,4	−0,3	+46,4
Betriebsaufwendungen	+2,7	−0,3	+1,8	+6,3	+1,1	+4,9	+10,3	+8,9	+1,0	+38,9
(darunter Personalausgaben)	(+4,0)	(−4,4)	(+5,5)	(+7,9)	(−1,6)	(+3,9)	(+6,8)	(11,5)	(+2,0)	(+35,2)
RIAS Berlin										
Zuweisungen des Bundes und sonstige Erträge	+2,5	+2,7	+5,8	+2,8	+52,6	+23,9	+15,2	+8,4	−33,3	+75,8
Betriebsaufwendungen	+2,5	+2,7	+5,8	+2,8	+52,6	+23,9	+15,2	+8,4	−33,3	+75,8
(darunter Personalausgaben)	(−0,4)	(+2,2)	(−0,2)	(+3,5)	(27,9)	(+7,9)	(12,0)	(17,4)	(−15,4)	(+62,1)

Quelle: Eigene Berechnungen aus den Tabellen B 95 bis 97.

war 1992 (trotz der Gebührenanhebung zu Beginn des Jahres) zu verzeichnen. Das ZDF verringerte die prozentualen Aufwandsanteile seiner Personalkosten bis 1991 kontinuierlich, also auch in den zwei Jahren unmittelbar nach 1989; 1992 allerdings (Fernsehgebührenzuwachs von +26,8 % gegenüber dem Vorjahr) verzeichnete es mit +16,5 % die seit 1984 höchste Jahreszuwachsrate bei den Personalkosten. Die unterschiedliche Ausgangslage der Personalkostenanteile von ARD und ZDF erklärt sich im wesentlichen aus den Hörfunkaufgaben der ARD, der ungünstigeren Altersstruktur ihres Personals sowie aus Besonderheiten bei der Eigenproduktion von Programmbeiträgen. Wie sich die Aufwandsanteile der Personalkosten bei den einzelnen Anstalten von 1984 bis 1992 entwickelten, ist in Tabelle B 94 dargestellt.

Der sich mit dem Ausbau der dualen Rundfunkordnung intensivierende Wettbewerb auf den Programmbeschaffungsmärkten hat insbesondere den Erwerb von Senderechten an publikumswirksamen Programmbeiträgen verteuert. So sind von 1984 bis 1992 die Durchschnittskosten je Sendeminute für die Gemeinschaftssendungen des Ersten Deutschen Fernsehens bei der „Sportschau/ARD-Sport Extra" von 2 419 DM auf 8 166 DM, also um 238 %, und bei den „Spielfilmen (Degeto)" von 1 802 DM auf 4 960 DM, also um 175 %, gestiegen.[238]) In dieser Zeit wuchsen der Anteil der Wiederholungen in der Sparte „Spielfilme und Krimiserien" von 21,3 % auf 30,6 % (+44 %) und der Programmanteil der Sparte von 12,3 % auf 19,9 % (+62 %).[239])

3.1.2 Finanzierung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF) sowie des RIAS Berlin

Das Gesetz über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts enthält keine Regelung der Finanzierung der Bundesrundfunkanstalten Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF). Abgesehen von einer Anteilsfinanzierung für den DLF aus dem Gebührenaufkommen der Landesrundfunkanstalten bis zum Jahr 1992 werden bzw. wurden DW und DLF aus dem Bundeshaushalt finanziert.

Im Berichtszeitraum haben sich die Mittelzuweisungen des Bundes an die beiden Bundesrundfunkanstalten nahezu verdoppelt. Bei der DW haben sich größere Steigerungsraten des Mittelansatzes in den Haushaltsjahren 1991 und 1992 infolge der Übernahme der Frequenzen von Radio Berlin International (RBI) im Jahre 1990 und die Übertragung der sächlichen und personellen Mittel von RIAS-TV auf die DW im Jahre 1992 ergeben. Eine weitere deutliche Ansatzerhöhung im Jahre 1993 beruht auf der Übernahme der DLF-Fremdsprachenprogramme. Einzelheiten ergeben sich aus Tabelle B 95.

Beim DLF hat sich eine wesentliche Steigerung der Mittelzuweisung des Bundes im Jahre 1992 durch die Übernahme des Ausfalls aus der Finanzhilfe der ARD für die zweite Jahreshälfte in Höhe von 29 Mio. DM ergeben (vgl. im einzelnen Tabelle B 96).

Tabelle B 95 und 96 enthalten nicht das Haushaltsergebnis auf kameralistischer Grundlage, sondern das betriebswirtschaftliche Ergebnis der Bundesrundfunkanstalten.

RIAS Berlin erhielt bis zum 31. März 1991 aufgrund der Anordnung des US-Headquarters Berlin vom 21. November 1945 zur Erfüllung seiner Aufgaben eine Teilfinanzierung sowie überwiegend Leistungen des Bundes. Mit der Herstellung der Einheit Deutschlands hat der Bund die Finanzierung des RIAS Berlin im gesamten Umfang übernommen.

Im Berichtszeitraum hat sich die Leistung des Bundes von 1988 an durch die Einführung von RIAS-TV wesentlich erhöht. Im Jahr 1992 ergab sich eine Reduzierung der Mittelzuweisung durch die Abgabe der sächlichen und personellen Mittel von RIAS-TV an die DW und die Einstellung des zweiten Hörfunkprogramms von RIAS Berlin (RIAS 2). Die Entwicklung im einzelnen ist Tabelle B 97 zu entnehmen.

Tabelle B 98 gibt die Zuwachsraten der Erträge und der Betriebsaufwendungen der Bundesrundfunkanstalten und des RIAS für die Jahre 1984 bis 1992 wieder.

3.2 Privatwirtschaftlicher Rundfunk

Der privatwirtschaftliche Rundfunk hat sich nach verlustreichen Anlaufzeiten, die bei der Mehrzahl der privaten Rundfunkanbieter 1993 wohl noch nicht abgeschlossen waren, inzwischen als lebensfähiger und partiell sogar überdurchschnittlich gewinnträchtiger Bestandteil der dualen Rundfunkordnung fest etabliert. Allein in den Jahren 1986 bis 1990 steigerte sich in den alten Bundesländern sein Produktionswert nach Berechnungen und Schätzungen des DIW auf mehr als das Zwölffache, nämlich von 145 Mio. DM auf 1 840 Mio. DM; im vereinten Deutschland erreichte sein Produktionswert 1992 rd. 3 985 Mio. DM. Nach Berechnungen und Schätzungen des DIW waren 1992 im privatwirtschaftlichen Rundfunk Deutschlands etwa 11 000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig.

Im September 1993 gab es nach Berechnungen des IW insgesamt 282 von den Landesmedienanstalten lizenzierte Veranstalter von Rundfunkprogrammen (einschl. Teilprogramme).[240]) Davon waren 193 im Hörfunk und 89 im Fernsehen tätig. Wie sich die An-

[238]) ARD-Jahrbücher 1984 und 1993, Finanzierungsstatistik: Tabelle 37 bzw. 41 sowie eigene Berechnungen. Die Degeto-Film GmbH in Frankfurt/Main beschafft, verbreitet und vertreibt im Auftrag ihrer Gesellschafter, der Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbegesellschaften, Filme und Fernsehproduktionen und wertet solche Erzeugnisse aus.

[239]) ARD-Jahrbücher 1984 und 1993 (jeweils Tabelle 1 der Fernsehstatistik) sowie eigene Berechnungen.

[240]) Quelle: Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW). Veröffentlicht als: IW-Privatfunk-Dossier (siehe Kapitel B.III.2.2.2.3, Fußnote 204), S. 301 f.

zahl dieser Lizenzierungen seit 1988 entwickelt hat, ist Tabelle B 99 zu entnehmen.[241])

Tabelle B 99:

Von den Landesmedienanstalten lizenzierte private Veranstalter von Rundfunkprogrammen (einschl. Teilprogramme)

Jahr	Hörfunk	Fernsehen	zusammen
1988	121	65	186
1991	164	97	261
1993	193	89	282

Quelle: Institut der Deutschen Wirtschaft (IW): Privatfunk in Deutschland (IW-Privatfunk-Dossier), Köln 1993, S. 3.

Die lizenzierten Veranstalter beschäftigten 1993, wenn man die auf einer Rücklaufquote von 85 % basierenden Ergebnisse der IW-Umfrage auf 100 % hochrechnet, insgesamt 10 220 Mitarbeiter, darunter 5 410 Journalisten. Die Zahlen enthalten einen hohen Anteil freier Mitarbeiter, sog. feste Freie. Die Mehrheit der ermittelten Beschäftigten, nämlich 5 470 Mitarbeiter, darunter 3 810 Journalisten, war für den Hörfunk, der Rest für das Fernsehen tätig. Hauptarbeitgeber waren im Hörfunk Programmanbieter mit lokalem/regionalem (68 %) oder landesweitem (31 %) Sendegebiet. Im Fernsehen dominierten dagegen mit einem Anteil von 76 % der dort insgesamt erfaßten 4 750 Mitarbeiter, darunter 1 600 Journalisten, die Programmanbieter für bundesweite oder noch größere Sendegebiete; auf Anbieter mit landesweitem Sendegebiet entfielen nur 5,9 %, auf Anbieter mit lokalem/regionalem Sendegebiet immerhin 18 %.

Die erwerbswirtschaftlich tätigen privaten Rundfunkanbieter[242]) finanzierten sich nahezu ausschließlich durch Werbung. Nur marginale Bedeutung dürfte die Finanzierung durch Spenden und Eigenmittel gehabt haben. Im privatwirtschaftlichen Fernsehen gab es im Berichtszeitpunkt allerdings einen Veranstalter, der sich nur aus Abonnementgebühren finanzierte, also sog. Pay-TV betrieb.[243])

Wie sich die Anteile größerer Rundfunkveranstalter bzw. -veranstaltergemeinschaften an den Umsätzen des Werbefernsehens bzw. des Werbefunks bis 1993 entwickelten, ist den Tabellen B 84, 85 und 88 zu entnehmen. In diesen Zahlen (vor allem in B 88) spiegelt sich auch die Festigung der Position des privatwirtschaftlichen Rundfunks auf den Rezipientenmärkten wider. Der Anteil des privaten Sektors an den Nettoumsätzen der Rundfunkwerbung lag seit 1991 deutlich über 50 % und betrug 1993 schon über drei Viertel (76,6 %) bei zum Berichtszeitpunkt weiterhin steigender Tendenz.

3.2.1 Privatwirtschaftliche Hörfunkveranstalter

Wie in Kapitel B.III.2.2.2 näher ausgeführt, sind die für den wirtschaftlichen Erfolg relevanten Faktoren (z. B. technische Reichweite, Sendezeiten, Möglichkeiten programmlicher Kooperation, potentieller intramediärer Wettbewerb in der Lokalberichterstattung) in den einzelnen Ländern zum Teil sehr unterschiedlichen Regelungen unterworfen. Schon deshalb läßt sich von der in den Hauptlinien bekannten Entwicklung der Hörfunkwerbeumsätze nicht zuverlässig auf die wirtschaftliche Lage des einzelnen Senders schließen. Andererseits rechtfertigt der bisherige Trend des Gesamtaufkommens an Einnahmen aus Hörfunkwerbung auch keinen Pessimismus für die Zukunft der Branche.

Die Nettoumsätze[244]) des gesamten Werbefunks (also einschl. öffentlich-rechtlicher Anstalten) sind, wie aus Tabelle B 100 ersichtlich wird, von 1984 bis 1993 um 88,1 % gestiegen, nämlich von 534,4 Mio. DM auf 1 005,2 Mio. DM. Die entsprechende mittlere Zuwachsrate aller vom ZAW statistisch erfaßten Werbeträger liegt allerdings mit 106,5 % deutlich höher. Diese relative Schwäche des Werbefunks ist im wesentlichen eine Folge des weit überdurchschnittlichen Umsatzwachstums der Werbeträger Fernsehen (+255,9 %), Post (als Verbreiter von Direktwerbung: +147,5 %) und Adreßbücher (+215,5 %). Verglichen mit so prominenten Werbeträgern wie den Tageszeitungen (+56,2 %) und den Publikumszeitschriften (+20,1 %) entwickelte sich die Hörfunkwerbung jedoch nicht ungünstig.

Mit der Ausbreitung des privatwirtschaftlichen Hörfunks stiegen — wenn auch nicht ohne verlustträchtige Verzögerungen — die Werbefunkeinnahmen. Aus Tabelle B 100 geht hervor, daß den seit 1984 auf den Markt gekommenen (inländischen) Hörfunkanbietern 1988 ein nachhaltiger Durchbruch zu überdurchschnittlichen Einnahmenzuwachsraten gelang, obwohl damals der gleichzeitige Zuwachs an Werbefunkeinnahmen der ARD-Anstalten dem Betrage nach viel höher war. Die privaten Inlandssender nahmen zunächst dem — vormals als Anbieter von Hörfunkwerbung in Alleinstellung operierenden, also seit langem eingeführten — privaten Auslandssender RTL Marktanteile ab, sodann den ARD-Anstalten. Deren Marktanteil sank von 1984 bis 1993 um 31,3 Prozentpunkte auf 54,6 % (vgl. Tabelle B 101), hielt sich damit besser als RTL (von 14,1 % auf 2,1 %) und die öffentlich-rechtliche Fernsehwerbung (von 100 % auf 16,9 %).

Auf dem Werbemarkt konkurrieren die privaten mit den öffentlich-rechtlichen Anbietern hauptsächlich um Gelder für überregionale Markenartikelwer-

[241]) Eine in Einzelheiten gehende Darstellung der strukturellen Entwicklung des privatwirtschaftlich veranstalteten Hörfunks und Fernsehens findet sich in den Kapiteln B.III.2.2.2 und B.III.2.2.3.

[242]) Die Offenen Kanäle (vgl. Kapitel B.III.2.2.4) zählen nicht hierzu.

[243]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.2.3.3 und B.III.3.2.2.

[244]) Bruttoumsätze nach Abzug von Rabatten und Mittlergebühren.

Tabelle B 100:

Nettoumsätze des Werbefunks 1984 bis 1992 — in Mio. DM/Steigerung gegenüber dem Vorjahr in % —

Jahr	Werbefunk insgesamt		ARD		sonstige öffentlich-rechtliche Anbieter[1])	Private		darunter RTL		zum Vergleich: alle erfaßbaren Werbeträger[2])	
	Mio. DM	%	Mio. DM	%	Mio. DM	Mio. DM	%	Mio. DM	%	Mio. DM	%
1984*)	534,4	+4,5	459,0	+6,5	—	75,4	–6,5	75,4	–6,5	15 587,5	+9,0
1985*)	526,9	–1,2	462,6	+0,8	—	64,3	–14,7	64,3	–4,7	16 296,9	+4,6
1986*)	580,0	+10,1	506,8	+9,6	—	73,2	+13,8	73,2	+13,8	18 581,7	+14,0
1987*)	625,8	+7,9	555,5	+9,6	—	70,3	–4,0	70,3	–4,0	19 595,1	+5,5
1988*)	792,8	+26,7	677,5	+2,0	—	115,3	+64,0	28,4	–59,6	20 690,3	+5,6
1989*)	844,8	+6,6	682,9	+0,8	—	161,9	+40,4	23,8	–16,2	22 554,6	+9,0
1990**)	908,7	+7,6	649,2	–4,9	20,2	239,3	+47,8	14,0	–41,2	24 548,9	+8,8
1991**)	948,3	+4,4	571,8	–11,9	94,4	282,1	+17,9	8,4	–40,0	28 138,8	+14,6
1992**)	981,0	+3,4	605,8	+5,9	—	375,2	+33,0	18,2	+116,7	31 059,7	+10,4
1993**)	1 005,2	+2,5	549,0	–9,4	—	456,2	+21,6	20,9[3])	+14,8	32 190,2	+3,6

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand bis zum 3. Oktober 1990.

**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

[1]) Hörfunksender der neuen Bundesländer auf Basis von Art. 36 Einigungsvertrag (Radio Mecklenburg-Vorpommern, Antenne Brandenburg, Berliner Rundfunk, Radio Sachsen-Anhalt, Thüringen 1, Radio Aktuell, Sachsenradio).

[2]) Die Angaben über die Umsätze von 1993 folgen den ZAW-Jahrbüchern 1993 und früher.

[3]) 104,6 RTL, Berlin.

Quelle: ZAW-Jahrbücher 1985 bis 1993 sowie eigene Berechnungen.

bung. Wegen des Zuschnitts der Sendegebiete sind die Hörfunkprogramme der ARD-Anstalten mit Ausnahme der Stadtstaaten für wirtschaftliche Lokalwerbung wenig geeignet; die „Streuverluste" wären zu hoch. Dagegen partizipieren die privaten Lokalsender durch Verbreitung von Mantelprogrammen und Werbeeinblendungen mit kombinationsbedingt großräumigem Zielgebiet an der überregionalen Hörfunkwerbung. Die engsten intermediären Wettbewerbsbeziehungen dürften hier, soweit erkennbar, zur Fernsehwerbung bestehen. Die spezifischen Leistungsmerkmale beider Werbemedien und die bisherige Entwicklung legen gleichwohl die Annahme nahe, daß selbst im Verhältnis von Hörfunk- und Fernsehwerbung mittelfristig die komplementären Effekte die substitutiven überwiegen.

Tabelle B 101:

Verteilung der Nettowerbeumsätze zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern von Werbefunk 1984 bis 1993 — in % —

Jahr	ARD	sonstige öffentlich-rechtliche Anbieter*)	Private
1984	85,9	—	14,1
1985	87,8	—	12,2
1986	87,4	—	12,6
1987	88,8	—	11,2
1988	85,5	—	14,5
1989	80,8	—	19,2
1990	71,4	2,2	26,3
1991	60,3	10,0	29,7
1992	61,8	—	38,2
1993	54,6	—	45,4

*) Öffentlich-rechtliche Hörfunkanbieter in den neuen Bundesländern auf Basis von Art. 36 Einigungsvertrag (Radio Mecklenburg-Vorpommern, Antenne Brandenburg, Berliner Rundfunk, Radio Sachsen-Anhalt, Thüringen 1, Radio Aktuell, Sachsenradio).

Quelle: ZAW-Jahrbücher 1985 bis 1994 sowie eigene Berechnungen.

Die lokalen Werbemärkte Deutschlands mußten im Berichtszeitraum für die elektronischen Medien größtenteils erst erschlossen werden. Dem Hörfunk gelang dies weitaus besser als dem Fernsehen. Doch gab es auch Ende 1993 über die Werbefunkeinnahmen der lokalen Programmanbieter keine umfassenden Statistiken. Nach Schätzungen der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten auf der Basis von Untersuchungen des DIW und der Prognos AG erhöhten sich die Nettowerbeumsätze im privaten Lokalfunk in Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen von 130 Mio. DM im Jahre 1989 kontinuierlich auf 170 Mio. DM im Jahre 1992. Zugleich aber sank der Anteil dieses Lokalfunkbereiches am Umsatz des privaten Werbefunks von 45 v. H. auf 31 v. H.

3.2.2 Privatwirtschaftliche Fernsehveranstalter

Von den im September 1993 lt. IW-Erhebung lizenzierten 89 privatwirtschaftlichen Veranstaltern von Fernsehprogrammen verbreiteten damals nach eige-

nen Angaben siebzehn[245]) ihr Angebot mindestens bundesweit, meist sogar — mittels Satellit und Kabel — noch darüber hinaus auch in das deutschsprachige Ausland bis hinein in das fremdsprachige Europa. Von denjenigen der übrigen 72 Lizenzinhaber, die den Sendestart schon hinter sich hatten, waren die meisten in lokalen/regionalen Verbreitungsgebieten tätig.[246]) Jedoch übte in Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein keiner der dort lizenzierten Fernsehprogrammanbieter Sendetätigkeit unterhalb der Landesebene aus. In den neuen Bundesländern waren, wenn man den Sonderfall der gemeinsamen Medienordnung Berlin/Brandenburg ausklammert, noch keine endgültigen Lizenzierungsentscheidungen gefallen; allerdings hatten diese Länder schon Fernsehfrequenzen in Verknüpfung mit Programmauflagen an von anderen Ländern lizenzierte Anbieter vergeben. Soweit erkennbar, haben private Fernsehveranstalter mit lokalem/regionalem Verbreitungsgebiet bislang mit erhöhten wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen.[247]) Wirtschaftliches Gewicht hatten bis Ende 1993 nur Veranstalter mit bundesweitem oder größerem Tätigkeitsfeld erlangt.[248])

Wie bereits die hohen Fixkostenanteile bzw. die sehr niedrigen Grenzkosten von Einschaltquotenerhöhungen erwarten lassen und die veröffentlichten Eigenangaben führender inländischer Veranstalter über ihre Jahresabschlußergebnisse mittelbar bestätigen, hängt die Rentabilität eines Fernsehunternehmens überwiegend von seinem Marktanteil ab: Mit der Steigerung dieses Anteils erhöhen sich zum einen Leistung und Erträge, zum anderen verringern sich i. d. R. die Kosten je Leistungseinheit. Insbesondere deshalb war es für die zwei im Berichtszeitraum publikumsstärksten Fernsehsender[249]) (vgl. Tabelle B 85 und 88) von Vorteil, daß sie bei nur langsamer Zunahme kostengünstiger Übertragungsmöglichkeiten (vgl. Tabelle B 102) als erste weiträumig Programme darbieten konnten, die sich stärker als die des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an den Präferenzen des großen Publikums orientierten.

Der daraus resultierende Entwicklungsvorsprung erleichterte es, Publikum und Werbeaufträge zu gewinnen, die technische Reichweite zu steigern und die anderen privaten Wettbewerber auf Strategien der Produktdifferenzierung und der Marktnischen-

[245]) Diese Zahl schließt nur Veranstalter ein, die auf die Umfrage mit den erbetenen Angaben geantwortet haben; andererseits enthält sie auch Veranstalter von Teilprogrammen. Zur strukturellen Entwicklung des Angebots an kompletten Voll- und Spartenprogrammen vgl. Kapitel B.III.2.2.3.

[246]) Die Verbreitung in Stadtstaaten wurde als lokale/regionale Verbreitung gewertet. Zur Zahl der Mitarbeiter von Fernsehanbietern mit lokalem/regionalem Tätigkeitsfeld siehe Kapitel B.III.3.2.

[247]) Vgl. etwa Wolf-Dieter Ring: Chancen und Grenzen lokalen/regionalen Fernsehens. In: DLM-Jahrbuch 1992, S. 53—60.

[248]) Zur Entwicklung von Position und Umsätzen der privaten Rundfunkveranstalter auf dem Markt für Fernsehwerbung siehe Kapitel B.III.3.1.1, insbesondere Tabelle B 85.

[249]) Zu den Beteiligungsverhältnissen vgl. Kapitel D.V.1.3.

Tabelle B 102:

Technische Empfangbarkeit: Fernsehen 1986 bis 1992

		früheres Bundesgebiet					Bundesrepublik Deutschland*)	
		1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Haushalte[1]) mit	%							
o Kabelanschluß		9	13	18	24	31	28	35
o Satellitendirektempfang		—	—	1	1	3	7	15
Empfangbarkeit privater Programme in TV-Haushalten[1])	%							
o RTL		6	12	33	43	66	70	85
o SAT.1		8	15	41	48	62	68	84
o Pro 7		—	—	—	—	27	—	60
o Tele 5/DSF		—	—	—	—	30	—	59
o Kabelkanal		—	—	—	—	—	—	23
o Sportkanal		—	—	—	—	—	—	43

*) Nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Jeweils Jahresende.
Quellen: GfK; DVI; Berechnungen des DIW.

politik zu verweisen.[250]) Dessen unbeschadet ist nicht zu übersehen, daß der erst seit Anfang 1989 auf dem Markt befindliche Sender PRO 7, der sein Programm vor allem mit Spielfilmen bestreitet, unter allen privaten Wettbewerbern innerhalb der ersten fünf Jahre des Sendebetriebs das rascheste Umsatzwachstum erzielte (vgl. Tabelle B 84). Dieser Erfolg spricht für das Marktpotential nachfragegerechter Produktdifferenzierung und für die besondere Publikumswirksamkeit des gewählten Programmschwerpunktes.

Die fernsehwirtschaftliche Bedeutung der Programmsparte Spielfilm unterstrich ferner der Erfolg von Premiere, des im Berichtszeitpunkt einzigen privaten inländischen Veranstalters von werbefreiem Abonnementfernsehen (Pay-TV). Im zweiten Halbjahr 1993 hatte das Unternehmen bei einer technischen Reichweite von rd. 5 Mio. Fernsehhaushalten in Deutschland und Österreich über 700 000 Abonnenten. Im Geschäftsjahr 1992/93 erzielte es rd. 228 Mio. Umsatz und hatte nach eigenem Bekunden die Gewinnschwelle erreicht.[251])

IV. Nachrichtenagenturen

Die folgende Darstellung knüpft inhaltlich an die beiden Vorberichte[252]) an. Soweit keine weitergehenden Aussagen gemacht werden, sind mit Nachrichtenagenturdiensten nur Dienste gemeint, deren Berichterstattung alle Lebensbereiche erfaßt.

Nach wie vor ist ein großer Wettbewerb auf dem Nachrichtenmarkt in Deutschland zu konstatieren. Nachdem sich die duale Rundfunkordnung durchgesetzt hatte und insbesondere seitdem ein freiheitliches, plurales Mediensystem in den neuen Bundesländern eingeführt wurde, eröffneten sich für die Nachrichtenagenturen in der Bundesrepublik Deutschland zusätzliche Arbeitsgebiete und Betätigungsfelder. Gleichzeitig versuchten die Agenturen, durch eine Diversifizierung ihres Angebotes den eigenen Kundenkreis zu vergrößern. Mit der Auffächerung des Nachrichtenangebotes konnten sie über den Medienbereich hinaus Abnehmer gewinnen, die nicht tagesaktuell und kontinuierlich beliefert werden wollen.

1 Nachrichtenagenturdienste in deutscher Sprache

1.1 Entwicklung und Struktur

Fünf Nachrichtenagenturen bieten den Medien in der Bundesrepublik Deutschland deutschsprachige Dienste an: Deutsche Presse-Agentur (dpa), Deutscher Depeschen Dienst/Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst (ddp/ADN), Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP) und Reuters (rtr). Eine der im Berichtszeitraum zu beobachtenden Veränderungen auf der Ebene der Gesellschafterstruktur der einzelnen Anbieter stellt der Zusammenschluß von ddp und ADN dar.

ADN, die staatliche Nachrichtenagentur der DDR[253]), wurde am 23. Juli 1990 wieder in eine GmbH umgewandelt. Mit der Vereinigung der beiden deutschen Staaten ging die Agentur in den Besitz der bundeseigenen Treuhandanstalt über. Am 8. Mai 1992 verkaufte die Treuhand ADN an die Effecten-Spiegel AG, der auch ddp gehört. Beide Agenturen erscheinen unter dem Dach der neugegründeten ddp/ADN GmbH.[254]) Seit dem 13. Dezember 1993 sind die bis dahin getrennt voneinander erschienenen Agenturdienste von ddp und ADN vereinigt.

Die Zentralredaktion der Agentur hat ihren Sitz in Berlin. In Bonn, dem bisherigen Hauptsitz von ddp, wird ein Redaktionsbüro unterhalten. Die Agentur bietet schwerpunktmäßig Inlandsnachrichten an; Korrespondenten im Ausland unterhält sie in Moskau, Prag, Budapest und Warschau.

Weitere Veränderungen im Bereich der Nachrichtenagenturen waren:

---

[250]) Vgl. Tabelle B 85 und B 88 sowie insbesondere Kapitel D.V.1.3, das eine knappe Würdigung der Wettbewerbssituation 1993 enthält. — Im Herbst 1993 arbeiteten RTL und SAT. 1 mit insgesamt 26 regionalen und lokalen Anbietern zusammen, indem sie diesen zwischen 17.45 und 18.45 Uhr sog. Programmfenster für eigene Beiträge bereitstellten (FUNK-Korrespondenz, Heft 45/93, S. 7—110).

[251]) An ihm sind die Bertelsmann AG (über die Ufa Film- und Fernseh-GmbH zu 37,5 %) und die Leo-Kirch-Gruppe (zu 25 %) beteiligt. Beide Unternehmen sind überdies Mitglied der Gesellschaftergruppierungen der beiden führenden Privatfernsehprogramme in Deutschland. Vgl. Medienspiegel, Nr. 40 vom 4. Oktober 1993, S. 4. — Der dritte Anteil (37,5 %) an der Premiere Medien GmbH Co KG, Hamburg, ist in französischem Besitz (Canal plus).

[252]) Vgl. Medienbericht 1978, BT-Drs. 8/2264, S. 59—63 und Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 61—62 sowie neben der dort aufgeführten Literatur: Hansjoachim Höhne: Meinungsfreiheit durch viele Quellen. Nachrichtenagenturen in Deutschland. In: Publizistik, Heft 1/92, S. 50—63; Christian Resing/Hansjoachim Höhne: Die Nutzung von Nachrichtenagenturen durch Tageszeitungen. In: BDZV-Jahrbuch 93, S. 276—311.

[253]) ADN wurde im Oktober 1946 mit Genehmigung der sowjetischen Besatzungsmacht in Form einer GmbH von 16 Zeitungen, die in Berlin-Ost damals lizenziert waren, gegründet. Die Agentur erhielt nach der Gründung der DDR 1949 das Monopol auf die Verbreitung und Sammlung von Nachrichten. Am 2. April 1953 wurde ADN per Gesetz zu einer Staatsagentur erklärt.

[254]) Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 1 Mio. DM. Die ddp-GmbH mit einem Stammkapital von 1 Mio. DM wurde in die gemeinsame Gesellschaft überführt. Alleiniger Gesellschafter ist Effecten-Spiegel-Besitzer Bolko Hoffmann. Der ddp seinerseits war am 30. November 1990 erneut in eine GmbH umgewandelt worden, nachdem die seit 1971 existierende Agentur am 4. Mai 1983 als Deutsche Depeschen Dienst AG neugegründet worden war. Im Januar 1994 kündigte Hoffmann an, die Nachrichtenagentur ddp/ADN in eine Mitarbeitergesellschaft umzuwandeln und alle Geschäftsanteile gegen einen symbolischen Preis auf die rd. 250 Mitarbeiter übertragen zu wollen.

○ dpa hat ihr Stammkapital seit 1987 von 5 Mio. DM auf nunmehr 16,4 Mio. DM erhöht, um vor allem privaten Rundfunkgesellschaften, aber auch weiteren Verlagen eine Beteiligung an der Agentur zu ermöglichen.
○ AFP gründete 1987 eine deutsche AFP-GmbH und verlegte die Produktion des deutschsprachigen Weltdienstes von Paris nach Bonn.

Alle Nachrichtenagenturen sind durch Landesdienste oder Außenbüros bzw. Korrespondenten in den neuen Bundesländern vertreten. Das Netz der Agenturbüros ist dort gegenwärtig wie folgt aufgebaut: dpa hat vier Landesdienste neu eingerichtet. Der bisherige Berliner Landesdienst berichtet nun aus der Hauptstadt und aus dem Land Brandenburg. Hinzu kommen zehn Regionalbüros. ddp/ADN bietet sechs Landesdienste für die fünf neuen Länder sowie für Berlin an und unterhält 13 weitere Außenbüros. AP hat ein Büro in Berlin und fünf feste Korrespondentenplätze; rtr unterhält Büros in Berlin (-Ost und -West) und Dresden; AFP verfügt über ein Büro in Berlin und vier Regionalkorrespondenten.

1.2 Nutzung der Nachrichtenagenturdienste

Fast alle Hörfunk- und Fernsehsender sowie über 80 % der Tageszeitungen (mit 96,5 % der täglich verkauften Exemplare) in Deutschland abonnieren mehr als einen Agenturdienst.

Die dpa nennt 600 Bezieher für ihre aktuellen Dienste. Der dpa-Basisdienst hat mehr als 300 Kunden, darunter vor allem die tagesaktuell berichtenden Medien. AP und ddp/ADN geben die Zahl ihrer Mediendienkunden für den Agenturdienst mit je rd. 150 an, rtr und AFP nennen jeweils 100 Abonnenten.

Tabelle B 103 sind die am Tageszeitungsmarkt gehaltenen Anteile der sechs Agenturen, die von 1983 bis 1993 allgemeine Nachrichtendienste in deutscher Sprache herausgegeben haben, zu entnehmen.[255]) Aus der Übersicht wird deutlich, daß sich dpa im Bereich der neuen Bundesländer als „Primäragentur" etablieren konnte.

Tabelle B 104 zeigt das Agenturabonnement der Tageszeitungen im Verhältnis zur Auflage von 1983 bis 1993. Die Zahl der Zeitungen, die mehr als eine Nachrichtenagentur abonnieren, steigt unvermindert an. 1993 sind es lediglich noch 25 redaktionell selbständige Tageszeitungen (Publizistische Einheiten), die nur einen Agenturdienst beziehen. Der bei den Tageszeitungen zu beobachtende Trend zur Vergrößerung des eigenen Nachrichtenpools wird deutlich in Tabelle B 105. Danach ging der Anteil der Publizistischen Einheiten, die nur einen Nachrichtendienst im Abonnement haben, von 27,8 % (1983) auf 18 % (1993) zurück. 19 der für 1993 genannten 25 Publizistischen Einheiten mit einem Agenturdienst haben eine Verkaufsauflage unter 50 000 Exemplaren, jeweils drei verkaufen zwischen 50 000 und 100 000 Exemplare bzw. überschreiten die Hunderttausender-Marke geringfügig. Der Anteil dieser Tageszeitungen an der Gesamtverkaufsauflage im ersten Quartal 1993 lag bei 3,5 %.

[255]) Empirische Untersuchungen zur Nutzung der Nachrichtenagenturen durch Wochenzeitungen und Zeitschriften, Hörfunk- und Fernsehunternehmen in Deutschland liegen nicht vor.

Tabelle B 103:

Marktanteile deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste im Bereich der Tagespresse 1983, 1988, 1991 und 1993

Jahr	Publizistische Einheiten[1])	dpa	AP	rtr	AFP	ddp	ADN
1983	126	124	73	28	8	30	2
1988	122	121	81	33	9	11	.
1991[2])	150	148	92	57	32	15	31
1993[2])	140	139	93	53	27	14	23
früheres Bundesgebiet							
1991	118	118	78	42	21	8	9
1993	116	116	79	42	22	5	9
neue Länder							
1991	32	30	14	15	11	7	22
1993	24	23	14	11	5	9	14

[1]) Einschl. „Handelsblatt".
[2]) Existierende Vollredaktionen 1991: Stand: 1. März 1992; 1993: Stand: 31. Mai 1993.
Quelle: Resing/Höhne: Die Nutzung von Nachrichtenagenturen durch Tageszeitungen. In: BDZV-Jahrbuch 1993, S. 276–311, hier S. 307, 310.

Tabelle B 104:

Agentur-Abonnements und Tageszeitungsauflage 1983, 1988 und 1993

Publizistische Einheiten nach Auflage	Zahl der Agenturen								
	1			2			3		
	1983	1988	1993[2])	1983	1988	1993	1983	1988	1993
1. bis 50 000	27	19	19	13	10	11	2	1	1
2. bis 100 000	5	10	3	20	20	14	3	5	4
3. bis 200 000	2	1	3	15	17	24	12	7	10
4. bis 300 000	1	1	—	9	10	9	4	5	7
5. über 300 000	—	—	—	3	3	3	3	4	7
Zeitungen insgesamt	35	31	25	60	60	61	24	22	29

Publizistische Einheiten nach Auflage	Zahl der Agenturen								
	4			5			6		
	1983	1988	1993[2])	1983	1988	1993	1983	1988	1993
1. bis 50 000	—	—	1	—	—	—	—	—	—
2. bis 100 000	—	—	3	—	—	1	—	—	—
3. bis 200 000	3	2	5	—	2	1	—	—	—
4. bis 300 000	1	1	2	—	—	2	—	—	2
5. über 300 000	3	4	4	—	—	1	—	—	3
Zeitungen insgesamt[1])	7	7	15	—	2	5	—	—	5

[1]) Einschl. "Handelsblatt".
[2]) 1993: früheres Bundesgebiet und neue Länder.
Quelle: Resing/Höhne, Die Nutzung von Nachrichtenagenturen durch Tageszeitungen, S. 309.

Tabelle B 105:

Agentur-Abonnements — absolut und in % der Zahl der Tageszeitungen —

Agenturbezug	Zahl der Tageszeitungen					
	abs.			in %		
	1983	1988	1993[2])	1983	1988	1993[2])
1	35	31	25	27,8	25,4	17,9
2	60	60	61	47,6	49,2	43,5
3	24	22	29	19,0	18,0	20,7
4	7	7	15	5,6	5,7	10,7
5	—	2	5	—	1,6	3,6
6	—	—	5	—	—	3,6
Zeitungen insgesamt[1])	126	122	140	100	100	100

[1]) Einschl. "Handelsblatt".
[2]) Stand: Mai 1993.
Quelle: Resing/Höh

2 Nachrichtenagenturdienste in fremder Sprache

Fremdsprachige Nachrichtenagenturdienste werden vorwiegend von den Nachrichtenagenturen selbst genutzt. Aber auch Botschaften und andere Institutionen beziehen fremdsprachige Dienste ausländischer Nachrichtenagenturen. Vor allem die deutschsprachigen Dienste von AP, AFP und rtr können auf das Material ihrer Muttergesellschaften zurückgreifen. dpa wertet die Nachrichten von 70 anderen Agenturen in aller Welt aus. Die Zusammenarbeit von dpa mit United Press International (UPI) für die Berichterstattung aus den USA wurde Ende 1992 beendet.[256] UPI hatte Anfang der neunziger Jahre mit erheblichen finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen und wurde am 30. Juni 1992 von dem saudiarabischen Unternehmen MBC gekauft.

3 Bildberichterstattung

Bilderdienste bieten in Deutschland dpa, AP und rtr an. Bilder aus dem Ausland bezieht dpa von der Europäischen Pressephoto-Agentur (epa), in der auch AFP ihren weltweiten Bilderdienst einbringt. 1993 hatten 132 der damals insgesamt 140 Publizistischen Einheiten den dpa-Bildfunk abonniert. AP belieferte 82, rtr 32 Kunden. Auch Wochen- und Sonntagszeitungen, Wochenzeitschriften und Fernsehanstalten nutzen die Bilderdienste. Manche Agenturen beliefern Kunden, die kein tagesaktuelles Bildmaterial benötigen, mit Archivbildern oder erledigen für sie Auftragsarbeiten.

Die Fotoagentur Zentralbild GmbH, der selbständig gewordene frühere Bilderdienst von ADN, wurde von dpa zur Erweiterung der eigenen Bildberichterstattung übernommen. Das historisch wertvolle ADN-Zentralbildarchiv ist in den Besitz des Bundesarchivs Koblenz übergegangen.

4 Weitere Agenturdienste

Die Nachrichtenagenturen haben ihre Angebotspalette erweitert und Dienste auf die unterschiedlichen Kundenwünsche zugeschnitten. Nennenswert sind insbesondere:

- Grafikdienste: dpa hat im Jahre 1988 die Globus Kartendienst GmbH übernommen, die Informationsgrafiken für Medien, Wirtschaft und Schulen anbietet. rtr und AFP bieten seit Anfang 1993 eigene Grafikdienste an.
- Neben den Agenturen haben sich eigenständige Firmen gebildet oder freiberufliche Journalisten gefunden, die Programmzulieferdienste anbieten: Hörfunknachrichten-Dienste (sprechfertige Nachrichten) und Audio-Dienste (gesprochene, sendefertige Berichte und Kommentare) für Radiostationen, TV-Nachrichten-Dienste, Fernsehprogramm-Dienste, Datenbankrecherchen, Sonderdienste aus Wirtschaft, Finanzen, Kultur, Wissenschaft usw. So bietet beispielsweise dpa Rundfunkkunden stündlich sprechfertige Kurzmeldungen an, rtr liefert für den Wirtschaftsteil großer Zeitungen Seiten mit den jeweils vom Kunden gewünschten Börsenkursen.

[256] Vgl. dpa-Geschäftsbericht 1992. Hamburg 1993, S. 32.

5 Spezialisierte Agenturen

Zum Nachrichtenmarkt gehören auch die spezialisierten Agenturen, die nur über bestimmte Themenbereiche berichten. Für den Medienbereich bedeutsam sind insbesondere die Vereinigten Wirtschaftsdienste (VWD)[257], der Sport-Informations-Dienst (sid), die Katholische Nachrichten-Agentur (KNA) und der Evangelische Pressedienst (epd).

6 Technik

Im Mai 1989 haben dpa, AFP, ddp, die KNA, der epd und die Deutsche Nachrichten GmbH (DENA) die Medien-Communications-Gesellschaft mbH & Co. KG (MECOM), Hamburg, gegründet. Zweck des Unternehmens ist, die Nachrichtenübermittlung über ein Satellitennetz zu organisieren. dpa hält an der MECOM einen Anteil von 50 %. AFP und ddp/ADN haben je einen 10%igen Anteil.

Seit 1992 sendet dpa Nachrichten und Bilder fast nur noch via Satellit. AFP benutzt das MECOM-Satellitennetz seit Anfang 1992 für ihren deutschen Dienst. dpa benutzt zur Verbreitung ihrer Dienste in Europa, im Nahen Osten, in Asien und in Afrika das Satellitennetz der AFP.

Bei der Gewinnung von Kunden in den neuen Ländern spielte die Vertriebstechnik eine Rolle. dpa traf nach der Wende in der ehemaligen DDR mit ADN eine Vertriebsvereinbarung und konnte so frühzeitig ihren Dienst über die ADN-Standleitungen den DDR-Zeitungen anbieten. Inzwischen hat dpa ihr eigenes Leitungsnetz aufgebaut. AFP und rtr wählten den Weg über eigene Satelliten. AP konnte sich 1991 noch nicht dieser Technik bedienen und Kunden beliefern. ddp nutzte die Austastlücke des Fernsehens und übermittelte seine Nachrichten auf Fernsehwelle.[258]

[257] Im Januar 1994 sind die Geschäftsanteile an den VWD zu je einem Drittel von der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, der Verlagsgruppe Handelsblatt und dem amerikanischen Wirtschaftsdienst Dow Jones erworben worden. Das Stammkapital wurde von 4,5 auf 6,75 Mio. DM erhöht. Die bisherigen Gesellschafter waren dpa, die Gesellschaft zur Verwaltung der VWD-Anteile der Wirtschaft mbH und ab 1989 die Gesellschaft zur Verwaltung der VWD-Anteile der Medien mbH.

[258] Höhne, Meinungsfreiheit durch viele Quellen, S. 54.

7 Resümee

Die Nachrichtenagenturen haben im Berichtszeitraum durch den Ausbau ihres Angebotes und durch sendetechnische Investitionen Marktnischen erschlossen bzw. neue Kundenkreise hinzugewonnen. Der damit einhergehende Trend in Tagespresse und Rundfunk, zwei oder mehrere Agenturen zu abonnieren, hat die Auswahlmöglichkeiten der Medienunternehmen bei der Gestaltung ihres Informationsangebotes erweitert.

V. Film, audiovisuelle Medien und Tonträger

1 Film

1.1 Überblick

Film, Video und Fernsehen sind aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Ihre Bedeutung ist in den letzten 20 Jahren erheblich gestiegen.

Dabei hat der Spielfilm — soweit er im Kino aufgeführt wird — im Vergleich zu Fernsehen und Video deutlich an Gewicht verloren.

Gleichwohl nimmt der Film unter den Medien noch immer eine wichtige Stellung ein. Filmwerke haben ihren festen Stellenwert in der modernen Kultur und gehören darüber hinaus zu den international gehandelten und ausgetauschten Wirtschaftsgütern. Aus diesem Grunde ist die nachfolgende Darstellung inhaltlich nicht ausschließlich auf die deutsche Filmproduktion beschränkt, sondern enthält ebenso (Vergleichs-)Daten zur Situation des Filmes im Ausland.

Die Zahl der in Deutschland erstaufgeführten Spielfilme hat sich in den Jahren 1983 bis 1992 zwischen 48 und 77 Filmen pro Jahr bewegt, wobei der Tiefpunkt 1990 bei 48 erstaufgeführten Spielfilmen lag. Zur Zahl der Spielfilme kommen noch jährlich etwa zehn Dokumentarfilme. Die internationale Entwicklung der Filmproduktion in den Jahren 1983 bis 1992 geht aus Tabelle B 106 hervor.

Die Zahl der Filmtheater und der Filmtheater-Besucher ist in den vergangenen zehn Jahren in etwa gleich geblieben, nachdem in den sechziger und siebziger Jahren sowohl bei der Zahl der Kinobesucher als auch bei der Anzahl der Filmtheater ein erheblicher Rückgang zu verzeichnen war (siehe Tabelle B 107).

1986 besuchten in den alten Bundesländern noch 105 Mio., im Jahre 1992 dagegen nur 93,5 Mio. Bürger die Kinos (+12,4 Mio. in den neuen Bundesländern). 1993 jedoch hat die Attraktivität des Spielfilms im Kino wieder erheblich zugenommen: In diesem Jahr erzielten die Filmtheater einen Spitzenwert von insgesamt 130,4 Mio. Besuchern (113,7 Mio. in den alten, 16,7 Mio. in den neuen Bundesländern). Damit stieg die Anzahl der Besucher gegenüber dem Vorjahr um 23 %.

Die Umsätze der Filmtheater beliefen sich im Jahre 1985 auf insgesamt 774 Mio. DM. 1991 betrugen sie in den alten Bundesländern 917 Mio. DM, in den neuen Bundesländern 64 Mio. DM. 1993 erwirtschafteten die Kinos Umsätze in Höhe von 1,17 Mrd. DM, wovon 1,06 Mrd. auf die alten und 106 Mio. DM auf die neuen Bundesländer entfielen. Gegenüber dem Vorjahr konnte in den alten Bundesländern eine Steigerung von 28,9 % erzielt werden, in den neuen Bundesländern stieg der Umsatz zwischen 1992 und 1993 um 61,1 %. Untergliederungen der Umsätze in den Jahren 1986 bis 1991 nach Bundesländern sind Tabelle B 108 zu entnehmen.

Die Zahl der Filmtheater betrug in den alten Bundesländern 1985 3 427 und 1991 3 258; hinzu kamen 428 Kinos in den neuen Bundesländern. 1993 gab es im gesamten Bundesgebiet 3 760 Filmtheater (weitere Details siehe Tabelle B 109).

Die im Vergleich zur Zahl der Besucher öffentlicher und privater Bühnen — einschließlich Konzert- und Festspielaufführungen — hohe Zahl der Kinogänger kann allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, daß sich der deutsche Film seit Jahren in einer wirtschaftlich und strukturell schwierigen Lage befindet. Der deutsche Markt ist für die Refinanzierung von aufwendigen Kinofilmen zu klein. Dennoch lag die Zahl der in Deutschland hergestellten Filme in den letzten Jahren weit höher als die Zahl der erstaufgeführten Filme. So wurden z. B. 1986 ca. 134 und 1991 143 Filme in der Bundesrepublik Deutschland hergestellt, aber nur bei etwa 60 % von ihnen kam es zu einer Erstaufführung im Kino. Einzelheiten zur Filmproduktion im In- und Ausland gehen aus Tabelle B 110 hervor.

Der Marktanteil des deutschen Films unterlag, bezogen auf die Verleihumsätze, im Berichtszeitraum erheblichen Schwankungen. Er betrug z. B. 1981 18,7 %, 1985 22,7 %, 1990 8,7 %, 1991 13,6 % und 1992 9,5 %. Nicht nur in Deutschland, sondern in allen europäischen Staaten hat sich in den letzten Jahren der Anteil des US-amerikanischen Films am nationalen Filmmarkt erheblich vergrößert, während der Anteil des nationalen Films und insbesondere der der übrigen europäischen Filme entsprechend zurückging. So betrug der Marktanteil des US-amerikanischen Films in Deutschland z. B. 1981 53 %, 1984 65,8 %, 1990 83,8 %, 1991 80,2 % und 1992 82,8 %, während der Anteil der europäischen Filme von ca. 7 % im Jahre 1981 auf weniger als 2 % in den Jahren 1990 und 1991 zurückging. Eine ähnliche Entwicklung ist in Frankreich und anderen europäischen Ländern zu beobachten: Lag der Marktanteil des amerikanischen Films z. B. in Frankreich zu Beginn der achtziger Jahre noch bei ca. 30 %, so stieg er in den Jahren 1989 bis 1991 auf über 58 %.

Eine Aufgliederung der Verleihumsätze von 1987 bis 1992 nach den Herstellungsländern der Filme enthält Tabelle B 111.

Tabelle B 106:

Ur- und erstaufgeführte Filme 1983 bis 1992 nach Herstellungsländern

Herstellungsland	ur- und erstaufgeführte Spielfilme im Kalenderjahr									
	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Deutschland	77	75	64	60	65	57	68	48	72	63
DDR	—	2	—	3	3	5	4	6	1	—
Österreich	3	3	3	4	1	—	3	3	2	—
Schweiz	1	2	1	2	—	2	2	1	3	—
Belgien	1	1	—	1	1	1	1	3	—	—
Dänemark	2	1	—	1	2	2	1	—	3	1
Frankreich	26	37	30	20	28	24	30	24	19	25
Italien	41	29	16	13	22	18	11	10	10	12
Griechenland	—	1	—	—	1	—	1	—	—	—
Großbritannien	15	17	26	18	20	29	25	21	14	21
Irland	—	1	—	—	—	1	1	2	3	—
Island	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
Jugoslawien	—	—	1	—	1	—	—	—	1	—
Niederlande	3	1	4	—	2	2	1	1	3	3
Norwegen	—	—	—	1	—	1	—	—	—	—
Polen	—	—	—	1	—	—	2	—	—	1
Portugal	1	—	—	—	—	1	1	1	—	—
Schweden	4	—	—	3	5	2	—	1	2	2
Spanien	6	3	2	1	2	3	1	5	4	2
CSFR	—	—	—	—	1	—	—	—	3	1
UdSSR	1	—	—	—	6	1	3	4	4	1
Ungarn	1	—	1	—	—	—	—	1	—	—
Südafrika	1	—	—	—	—	—	2	—	—	—
Argentinien	—	—	1	1	1	3	—	2	—	—
Brasilien	1	1	—	1	—	—	—	—	—	—
Kanada	3	3	—	3	5	1	5	3	9	5
Kuba	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
Mexiko	1	—	—	1	—	—	—	—	1	—
USA	109	117	146	134	150	176	166	155	162	130
Hongkong	5	5	4	3	3	4	3	—	3	3
Indonesien	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Israel	1	1	—	1	—	—	—	—	—	—
Japan	1	—	3	1	1	—	2	3	7	4
Martinique	—	1	—	—	—	—	—	—	—	—
Philippinen	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Taiwan	—	—	2	1	—	—	—	—	—	1
VR China	—	—	—	—	—	—	1	—	1	—
Australien	3	4	4	4	2	1	7	3	3	3
Neuseeland	—	1	—	2	—	—	1	—	2	—
Finnland	—	—	—	—	—	3	2	2	1	4
Indien	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—
Südkorea	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—
Samoa	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—
Tunesien	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
Venezuela	—	—	—	—	—	—	1	—	—	2
ohne Ursprungsnachweis	—	—	1	—	—	—	4	3	1	—
insgesamt	310	307	309	281	322	337	350	304	334	288

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) (Hrsg.): Filmstatistisches Taschenbuch 1993. Wiesbaden 1993, S. 9.

Tabelle B 107:

Filmtheater-Besucher 1986 bis 1992

Bundesland	1986		1987		1988		1989		1990		1991		1992	
	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %	Besuch in Tsd.	in %
BE(W)	5 376	5,11	6 324	5,85	6 425	5,90	7 068	6,96	6 972	6,80	7 027	6,57	6 400	6,84
SH	4 397	4,18	4 519	4,18	4 606	4,23	4 123	4,06	4 204	4,10	4 075	3,81	3 700	3,95
HH	4 776	4,54	5 189	4,80	5 195	4,77	5 037	4,96	4 921	4,80	4 974	4,65	4 200	4,49
HB	1 610	1,53	1 622	1,50	1 655	1,52	1 462	1,44	1 538	1,50	1 604	1,50	1 400	1,49
NI	10 688	10,16	11 675	10,80	11 696	10,74	11 160	10,99	11 381	11,10	12 172	11,38	10 600	11,33
NW	26 058	24,77	26 290	24,32	26 245	24,10	24 951	24,57	26 145	25,50	28 259	26,42	25 500	27,34
HE	9 931	9,44	9 697,	8,97	9 855	9,05	8 926	8,79	9 125	8,90	9 081	8,49	7 900	8,44
RP	5 144	4,89	5 124	4,74	5 140	4,72	4 732	4,66	4 819	4,70	4 749	4,44	4 000	4,27
SL	1 399	1,33	1 416	1,31	1 427	1,31	1 188	1,17	1 128	1,10	1 198	1,12	1 000	1,06
BW	16 748	15,92	17 123	15,84	17 304	15,89	15 537	15,30	15 174	14,80	16 301	15,24	13 700	14,65
BY	19 073	18,13	19 123	17,69	19 352	17,77	17 365	17,10	17 123	16,70	17 520	16,38	15 100	16,14
insgesamt	105 200	100,0	108 102	100,0	108 900	100,0	101 550	100,0	102 530	100,0	106 962	100,0	93 500	100,0
MV											1 576	12,08	1 700	13,70
BB											1 958	15,01	1 600	12,90
BE(O)											1 558	11,94	1 600	12,90
SN											4 210	32,27	4 000	28,26
ST											1 898	14,55	2 000	16,12
TH											1 846	14,15	2 000	16,12
insgesamt											13 045	100,0	12 400	100,0

Quelle: FFA-Geschäftsbericht 1992, S. 26; ebenso: Filmstatistisches Taschenbuch 1993.

Tabelle B 108:

Filmtheater-Umsatz 1986 bis 1991

Bundesland	1986		1987		1988		1989		1990		1991	
	Umsatz in Tsd. DM	in %	Umsatz in Tsd. DM	in %	Umsatz in Tsd. DM	in %	Umsatz in Tsd. DM	in %	Umsatz in Tsd. DM	in %	Umsatz in Tsd. DM	in %
BE(W)	47 239	6,02	48 878	5,99	49 466	6,02	49 637	6,26	54 807	6,60	59 957	6,54
SH	30 917	3,94	32 395	3,97	32 868	4,00	30 448	3,84	32 386	3,90	32 370	3,52
HH	39 000	4,97	40 066	4,91	39 852	4,85	38 378	4,84	39 860	4,80	42 538	4,64
HB	12 791	1,63	12 566	1,54	12 654	1,54	11 973	1,51	12 456	1,50	13 752	1,50
NI	75 567	9,63	81 682	10,01	81 677	9,94	80 403	10,14	83 872	10,10	95 344	10,40
NW	191 310	24,38	195 922	24,01	194 579	23,68	193 792	24,44	210 094	25,30	240 745	26,26
HE	74 860	9,54	77 194	9,46	77 897	9,48	73 663	9,29	77 228	9,30	82 143	8,96
RP	36 096	4,60	37 618	4,61	37 716	4,59	36 158	4,56	39 029	4,70	41 622	4,54
SL	10 907	1,39	11 914	1,46	11 915	1,45	10 625	1,34	10 795	1,30	11 093	1,21
BW	122 962	15,67	127 214	15,59	131 061	15,95	125 203	15,79	125 392	15,10	141 642	15,45
BY	143 051	18,23	150 552	18,45	152 015	18,50	142 648	17,99	144 492	17,40	155 668	16,98
insgesamt	784 700	100	816 000	100	821 700	100	792 929	100	830 413	100	916 774	100
MV											7 344	11,50
BB											9 088	14,23
BE(O)											9 586	15,01
SN											20 935	32,78
ST											8 117	12,71
TH											8 794	13,77
insgesamt											63 865	100

Quelle: FFA-Geschäftsbericht 1992, S. 27.

Tabelle B 109:

Ortsfeste Filmtheater und Sitzplätze nach Bundesländern

Bundesland	ortsfeste Filmtheater		Sitzplätze			
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	je Filmtheater	je Tsd. Einwohner
I.						
BW	517	14,2	90770	12,5	176	9,0
BY	610	16,8	11039	15,2	180	9,4
BE(W)	102	2,8	22785	3,1	223	10,5
HB	43	1,2	7814	1,1	182	11,4
HH	93	2,6	17936	2,5	193	10,7
HE	261	7,2	46763	6,4	179	8,0
NI	362	10,0	67415	9,3	186	9,0
NW	841	23,2	165025	22,8	196	9,4
RP	169	4,7	32974	4,5	195	8,6
SL	60	1,7	9974	1,4	166	9,2
SH	143	3,9	22976	3,2	161	8,6
insgesamt	3201	88,2	594471	82,0	186	9,2
II.						
BE(O)	31	0,9	8039	1,1	259	6,2
BB	62	1,7	18772	2,6	303	7,4
MV	64	1,8	18217	2,5	285	9,7
SN	134	3,7	43751	6,0	327	9,4
ST	67	1,8	19070	2,6	285	6,8
TH	71	2,0	22947	3,2	323	9,0
insgesamt	429	11,8	130796	18,0	305	8,3
Summe aus I. und II.	3630	100	725267	100	200	9,0

Stand: 31. Dezember 1992.
Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch 1993, S. 17.

Tabelle B 110:

Kennzahlen zur Filmproduktion 1981 bis 1991*)

Herstellungsland	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Spanien											
Langfilm	137	146	99	75	77	60	69	63	47	36	—
Erstaufführung/BRD	2	3	6	3	2	1	2	3	1	5	4
Erstaufführung/FR						8	11	7	5	6	5
Quote/BRD	1,5	2,1	6,1	4,0	2,6	1,7	2,9	4,8	2,1	13,9	—
Quote/FR						13,3	15,9	11,1	17,0	16,7	—
Frankreich											
Langfilm	231	164	131	161	151	134	133	137	136	146	156
Erstaufführung/BRD	29	29	26	37	30	20	28	24	30	24	19
Erstaufführung/FR	225	214	224	156	158	141	132	124	120	128	140
Marktanteil/BRD	5,7	11,7	7,3	5,8	4,2	7,5	3,8	2,5	4,3	2,1	1,8
Marktanteil/FR	49,6	53,4	46,8	49,3	44,5	43,7	36,1	39,1	34,3	37,5	30,1
Quote/BRD	12,6	17,7	19,8	23,0	19,9	14,9	21,1	17,5	22,1	16,4	12,2
Quote/FR	97,4	130,5	171,0	96,9	104,6	105,2	99,2	90,5	88,2	88,4	89,7
Italien											
Langfilm	103	114	110	103	89	109	116	124	117	119	129
Erstaufführung/BRD	45	32	41	29	16	13	22	18	11	10	10
Erstaufführung/FR	47	34	34	30	20	19	24	11	18	13	10
Marktanteil/BRD	8,4	9,6	6,2	5,1	1,3	1,3	1,3	0,7	0,4	0,4	0,2
Marktanteil/FR	4,6	2,9	3	2,4	1,8	1,5	3,9	3,1	0,8	0,9	0,9
Quote/BRD	43,7	28,1	37,3	28,2	18,0	11,9	19,0	14,5	9,4	8,4	7,8
Quote/FR	45,6	29,8	30,9	29,1	22,5	17,4	20,7	8,9	15,4	10,9	7,8
Großbritannien											
Langfilm	24	51	42	53	55	39	51	58	38	55	54
Erstaufführung/BRD	13	7	15	17	26	18	20	29	25	21	14
Erstaufführung/FR	15	14	15	18	25	24	16	14	18	8	20
Marktanteil/BRD	6,6	4,8	8,2	3,3	9,1	3,3	10,5	2,8	11,2	2,8	1,4
Marktanteil/FR	6,3	4,6	8,2	4,8	8,1	8,1	8,0	3,9	4,4	1,5	7,2
Quote/BRD	54,2	13,7	35,7	32,1	47,3	45,2	39,2	51,8	65,8	38,2	25,9
Quote/FR	62,5	27,5	35,7	34,0	45,5	61,5	31,4	25,0	47,4	14,5	37,0
Deutschland											
Langfilm[1]					117	134	125	125	125	152	143
Erstaufführung/BRD	84	78	83	81	71	69	70	64	79	59	85
Erstaufführung/FR	27	25	20	15	7	7	7	8	11	3	6
Marktanteil/BRD	18,7	11,3	14,1	16,8	22,7	22,1	17,2	23,4	16,7	8,7	13,6
Marktanteil/FR	2,9	1,6	0,6	1,2	0,7	0,4	0,4	2,1	0,8	0,3	0,7
Quote/BRD					60,7	51,5	56,0	51,2	63,2	38,8	59,4
Quote/FR					8,0	5,2	5,6	6,4	8,8	2,0	4,2
USA											
Langfilm	205	184	249	318	330	515	578	511	345	358	428
Erstaufführung/BRD	101	122	109	117	148	134	150	176	166	155	162
Erstaufführung/FR	133	131	116	132	121	141	140	153	126	138	158
Marktanteil/BRD	52,9	55,4	60,4	65,8	58,7	62,5	58,3	64,4	65,7	83,8	80,2
Marktanteil/FR	30,8	30,1	35,0	36,9	39,2	43,3	43,7	45,7	55,5	56,9	58,7
Quote/BRD	49,3	66,3	43,8	36,8	44,2	28,0	26,0	34,4	48,1	43,3	37,9
Quote/FR	64,9	71,2	46,6	41,5	36,7	27,4	24,2	28,9	36,5	38,5	36,9

*) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand bis zum 3. Oktober 1990.

[1]) Geschätzt.

Quelle: Filmecho/Filmwoche, Heft 30/92, S. 10.

Tabelle B 111:

Verleihumsatz 1987 bis 1992 nach den Herstellungsländern der Filme

	Verleihumsatz[1]) im Kalenderjahr											
	1987		1988		1989		1990*)		1991		1992	
	Mio. DM	in %	Mio. DM	in %	Mio. DM	in %	Mio. DM	in %	Mio. DM	in %	Mio. DM	in %
Deutschland	55,1	17,2	77,7	23,4	52,1	16,7	34,0	9,7	53,7	13,6	35,1	9,5
Österreich	0,1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
USA	187,1	58,3	213,5	64,4	205,5	65,7	294,6	83,8	316,6	80,2	306,3	82,8
Großbritannien	33,8	10,5	9,0	2,8	34,9	11,2	10,1	2,8	5,4	1,4	9,2	2,5
Frankreich	12,3	3,8	8,2	2,5	13,5	4,3	7,2	2,1	7,7	1,9	10,0	2,7
Italien	4,2	1,3	2,5	0,7	1,4	0,4	1,2	0,4	0,9	0,2	0,7	0,2
sonstige Länder	28,5	8,9	20,4	6,2	5,3	1,7	4,2	1,2	10,6	2,7	8,5	2,3
insgesamt	321,1	100	331,3	100	312,7	100	351,3	100	394,9	100	369,8	100

[1]) Einnahmen aus Filmmiete von FSK-geprüften oder JK-begutachteten Filmen, jedoch ohne Wochenschau-Miete.

*) Mit der ehemaligen DDR/den neuen Ländern ab Juli 1990.

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch 1992 und 1993 (unter Verwendung von Angaben des Verbands der Filmverleiher e.V., Wiesbaden).

1.2 Staatliche Filmförderung

Auf die Schwierigkeiten des deutschen Films reagierte der Bund mit einer verstärkten Förderung, zum einen durch den kontinuierlichen Ausbau der kulturellen Filmförderung (Bundesministerium des Innern), zum anderen — ab 1967 — durch die Einführung einer wirtschaftlichen Filmförderung auf Bundesebene durch das Filmförderungsgesetz. Zuständig ist nach Art. 74 Nr. 11 GG das Bundesministerium für Wirtschaft bzw. die Filmförderungsanstalt (FFA). Seit Ausgang der siebziger und verstärkt seit Ende der achtziger Jahre sind auch die Bundesländer mit beachtlichen eigenen Programmen im Bereich der Filmförderung aktiv. Ebenso wurden Ende der achtziger Jahre auf europäischer Ebene Filmförderungsmaßnahmen eingeleitet.[259])

1.2.1 Filmförderung des Bundes

1.2.1.1 Kulturelle Filmförderung

Die Filmförderung des Bundesministeriums des Innern erfolgt seit 1951 im Rahmen der vom Haushaltsgesetzgeber zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel (1992: 16,3 Mio. DM). Maßgeblich für die Mittelvergabe sind die Richtlinien zur Förderung des deutschen Films i. d. F. vom 1. Mai 1993.

Die kulturelle Filmförderung des Bundesministeriums des Innern umfaßt folgende Bereiche:

○ Deutscher Filmpreis (1992: 5,5 Mio. DM):

– Nominierung von zehn Filmen, verbunden mit Prämien bis zu 400 000 DM, unter denen die Spitzenauszeichnungen — zwei Filmbänder in Silber mit Prämien bis zu 700 000 DM und das Filmband in Gold oder die Goldene Schale mit Prämien bis zu 1 Mio. DM — vergeben werden; die Prämien sind zur Herstellung eines neuen qualitativ wertvollen Films zu verwenden;

– Auszeichnung von Einzelleistungen und für hervorragende Verdienste um den deutschen Film mit dem Filmband in Gold;

○ Deutscher Kurzfilmpreis (1992: 250 000 DM): Nominierungen und Filmbänder in Silber und Gold wie beim Deutschen Filmpreis, verbunden mit Prämien bis zu 20 000 DM (Nominierung) bzw. bis zu 50 000 DM (Spitzenpreise);

○ Produktionsförderung für programmfüllende Filmvorhaben, Kinder-, Jugend- und Kurzfilme sowie Drehbuchförderung mit der Möglichkeit der dramaturgischen Beratung (1992: 9,5 Mio. DM);

○ Filmprogrammpreise, mit denen Filmkunsttheater für hervorragende Jahresfilmprogramme ausgezeichnet werden; Verleihförderung für vom Bundesministerium des Innern ausgezeichnete oder mit Filmförderungsmitteln des Bundesministeriums des Innern hergestellte Filme und Kopienförderung für Filmkunsttheater, um dort eine aktuellere Auswertung von Filmen mit künstlerischem Rang zu ermöglichen (1992: 1,75 Mio. DM).

Zur Erhaltung und Weiterentwicklung der Filmkultur in den neuen Bundesländern hat die Bundesregierung ihre kulturelle Filmförderung zeitgleich mit der Herstellung der deutschen Einheit für Produzenten, Filmemacher und Filmtheater aus dem Beitrittsgebiet geöffnet. Bis Ende 1993 sind im Rahmen der allgemeinen kulturellen Filmförderung und der kulturellen Übergangsfinanzierung fast 90 Mio. DM nach Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen geflossen.

Der Treuhandanstalt ist es gelungen, die wichtigste Produktionsstätte in den neuen Ländern, die tradi-

[259]) Zu nennen sind hier insbesondere die Förderung nach dem MEDIA-Programm der EG bzw. EU (vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.3) und nach dem Europarats-Programm EURIMAGES (vgl. hierzu Kapitel G.II.7.7).

tionsreichen Studios in Potsdam-Babelsberg, durch entsprechende Auflagen mit hohen Investitionsverpflichtungen beim Verkauf der DEFA-Gesellschaften und der Liegenschaften in Babelsberg als Produktionsstandort zu erhalten.

Um den zum nationalen Filmerbe gehörenden DEFA-Filmstock aus 677 Spielfilmen, 2238 Dokumentarfilmen sowie 752 Animations(Trick)-Filmen vor Zersplitterung zu bewahren und für die weitere Nutzung zu erhalten, beabsichtigt die Bundesregierung, in Verbindung mit den Ländern Berlin, Brandenburg und Sachsen eine gemeinnützige Stiftung zur Verwaltung und Auswertung der DEFA-Filme zu errichten.

1.2.1.2 Wirtschaftliche Filmförderung

Rechtliche Grundlage der wirtschaftlichen Förderung des Bundes ist das Filmförderungsgesetz (FFG), zuletzt novelliert zum 1. Januar 1993.[260])

Die Förderung erfolgt durch die Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin, die der Rechtsaufsicht des Bundesministeriums für Wirtschaft untersteht. Mit der am 21. Dezember 1992 verkündeten Novelle zum Filmförderungsgesetz ist ein wesentlicher Akzent in Richtung Strukturverbesserung der deutschen Filmwirtschaft gesetzt worden. Im übrigen hat man an einem bewährten Grundsatz festgehalten: alle, die vom Film wirtschaftlich profitieren, sollen auch einen angemessenen Beitrag zur Finanzierung des deutschen Films leisten.

Das Fördervolumen der FFA, das im Jahre 1992 ca. 47 Mio. DM betrug, setzt sich zusammen aus der Filmabgabe der Film- und Videowirtschaft sowie freiwilligen Beiträgen der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehveranstalter.

1991 hat die FFA z. B. 14 Filmen mit mehr als 130000 Besuchern die Referenzfilmförderung zuerkannt und hierfür ca. 18,7 Mio. DM bereitgestellt. 22 Filme mit 20000 bis 130000 Besuchern erhielten die sog. erleichterte Referenzfilmförderung (zusammen ca. 1,3 Mio. DM). Außerdem kamen 22 Filmen Mittel aus der Projektförderung zugute (Gesamtbetrag 15 Mio. DM). Eine Absatzförderung wurde 32 Filmen in Form eines Darlehens von durchschnittlich 72000 DM zur Verfügung gestellt (zusammen 2,2 Mio. DM).

An 231 Filmtheater hat die FFA 1991 Darlehen zur Renovierung in Höhe von insgesamt 10,8 Mio. DM vergeben. Für Zusatzkopien wurden im selben Jahr von der FFA (und über die FFA in einzelnen Ländern) 2,2 Mio. DM bereitgestellt.

Die Abgabe der Filmwirtschaft wird in einer Höhe von 1,5 bis 2,5 % des Umsatzes von den Filmtheatern erhoben. Das Aufkommen aus dieser Abgabe betrug

- 1985 — 23,9 Mio. DM
- 1987 — 18,7 Mio. DM
- 1990 — 17,7 Mio. DM
- 1991 — 19 Mio. DM
- 1992 — ca. 22 Mio. DM.

Die Abgabe der Videowirtschaft wurde in den Jahren 1987 bis 1992 mit einem Prozentsatz von durchschnittlich 1 bis 2 % des Umsatzes von den Videotheken erhoben. Das Aufkommen aus der Videoabgabe betrug im Jahre 1987 4 Mio. DM und in den Jahren 1990 und 1991 jeweils 6,8 Mio. DM.

Seit dem 1. Januar 1993 haben die Videoprogrammanbieter die Filmabgabe der Videowirtschaft in einer Höhe von 2 % des Jahresumsatzes zu entrichten.[261]) Es wird erwartet, daß die Videowirtschaft mit einem Betrag von ca. 10 bis 12 Mio. DM jährlich zum Aufkommen der FFA beiträgt.

Die Leistungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens für den deutschen Film, die seit 1974 auf der Grundlage des sog. Film-Fernsehabkommens erfolgen, betrugen in den Jahren 1989 bis 1992 (fünftes Film-Fernsehabkommen) jeweils 23 Mio. DM. Davon wurden 8,75 Mio. DM als direkter Beitrag an die FFA entrichtet und 14 Mio. DM zur Koproduktion von Film und Fernsehen und zur Projektförderung von Filmen eingesetzt.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben im Mai 1993, entsprechend einer Entschließung des Deutschen Bundestages bei der Verabschiedung des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Filmförderungsgesetzes, mit der Filmwirtschaft ein neues (sechstes) Film-Fernsehabkommen abgeschlossen. Es hat eine Laufzeit von drei Jahren bis Ende 1995 und sieht einen jährlichen direkten Beitrag von 11 Mio. DM an die FFA und einen weiteren Beitrag von 12 Mio. DM für die Koproduktion mit der deutschen Filmwirtschaft, zusammen also jährlich 23 Mio. DM, vor.

Die Fernsehveranstalter privaten Rechts beteiligen sich seit 1989 mit einer freiwilligen Zuwendung von zunächst 1989: 2 Mio. DM, 1990: 4 Mio. DM und 1991 6 Mio. DM an der Finanzierung der FFA.

Ab 1993 wird von den privatwirtschaftlichen Fernsehveranstaltern ein Beitrag von mindestens 10 Mio. DM direkt an die FFA erwartet, entsprechend der genannten Entschließung des Deutschen Bundestages. Hierüber wird noch abschließend verhandelt. Zahlungen der privaten Rundfunkveranstalter sind bisher noch nicht erfolgt.

Mit der Novellierung des Filmförderungsgesetzes zum 1. Januar 1993 ist ein wesentlicher Akzent in Richtung Strukturverbesserung der deutschen Filmherstellung gesetzt worden. Der Entwurf hat sich auf einige Schwerpunkte beschränkt mit dem primären Ziel einer Stärkung der Elemente der Wirtschaftlichkeit, der Strukturverbesserung der Filmproduktion und des Filmverleihs sowie einer Verbesserung der Koproduktion auf europäischer Ebene.

Die Novelle hat folgende wesentliche neue Elemente:

- Verstärkung und Konzentration der Referenzfilmförderung. In Zukunft soll es nur noch eine Referenzfilmförderung geben, die ab einer Besucherzahl von 100000 einsetzt (bei prädikatisierten Filmen und bei

[260]) Fassung vom 25. Januar 1993 (BGBl. I, S. 66).

[261]) In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, daß gegen § 66a FFG i. d. F. vom 21. März 1992, der die Abgabepflicht regelt, eine Verfassungsbeschwerde anhängig ist (— 2 BvR 2970/93 —).

Tabelle B 112:

Fördermittel nach Zweckbestimmung 1990 bis 1993

Zweckbestimmung	1990	1991	1992	1993 (Soll)
1. Ausbildungsstätten	10428400	12103700	22682400	23961200
nachrichtlich: Ausgaben Bund	2675000	3575000	3828000	4376000
2. Landesfilmdienste	1409575	1942700	1801100	1848000
3. filmbezogene Forschung, Entwicklung, Auswertung	3032319	4698348	3893310	6409600
nachrichtlich: Ausgaben Bund	5632319	632000	6502000	973000
4. Landesbildstellen — Filmanteil	4005356	1941835	2567018	2670000
5. Filmförderungsprogramme und sonstige Maßnahmen	32813811	42073832	48090096	48206896
davon:				
5.1. Selbstverwaltungseinrichtungen der Filmemacher (Filmbüros)	6223540	6524800	7120500	7366000
5.2. Produktionskostenzuschüsse an Institute, Arbeitsgemeinschaften, Werkstätten	7879100	11685904	7995940	7094000
5.3. Begegnungsstätten für Filmemacher und -häuser	85000	678300	873300	1234000
5.4. kommunale Kinos	2086600	2574000	3698400	3947500
5.5. Zuschüsse an Filmtheater, -abspielstellen (private und nicht-kommunale)	2005000	2458200	2339159	3270000
nachrichtlich: Ausgaben Bund	1400000	1600000	1200000	11200000
5.6. Filmtage/-wochen	8038766	9102758	11345131	11396396
nachrichtlich: Ausgaben Bund	4062000	485000	5609000	5782600
5.7. Filmpreise/-wettbewerbe	1417000	1703700	1208600	2179300
nachrichtlich: Ausgaben Bund	4500000	5500500	5500000	5500500
5.8. Stipendien für Filmemacher	17010	14170	138900	64800
5.9. Drehbuch- und Projektförderung	5061795	7332000	13370166	11654900
nachrichtlich: Ausgaben Bund	6650000	6950000	8850000	7010000
6. wirtschaftliche Filmförderung	47133510	50397365	66514400	65405000
nachrichtlich: Ausgaben Bund	7059721	10107799	12018081	15727000
7. Ausgaben für Einrichtungen, die von den Ländern gemeinsam finanziert werden	11102700	11230600	8660114	8184435
Länderausgaben insgesamt	109925671	124388380	154208438	156685131
nachrichtlich: Ausgaben des Bundes nach Ressorts				
○ Bundesministerium des Innern (s. 1., 3., 5.5., 5.6.)	24919000	18742000	31489000	24841600
○ Bundesministerium für Wirtschaft[1]) (s. 6.)	7059721	10107799	12018081	15727000
○ Auswärtiges Amt	12548000	12376000	13158000	
Ausgaben des Bundes insgesamt	44526721	41225799	56665081	40568600
Ausgaben des Bundes und der Länder zusammen	154452392	165614179	210873519	197253731
Verteilung in %				
○ Länder	71,2	75,1	73,1	79,4
○ Bund	28,8	24,9	26,9	20,6

[1]) Ohne FFA-Mittel (1992: ca. 47 Mio. DM), jedoch einschl. der Mittel aus dem Ufi-Filmvermögen (1993: 6 Mio. DM).
Quelle: Kultusministerkonferenz der Länder (Hrsg.): Dokumentationsdienst Bildung und Kultur (1993), S. 7–9.

Tabelle B 113:

Zweckbestimmung der Filmförderung der Länder 1992
— in Mio. DM —

Land	Ausbildungsstätten	Landesfilmdienste	filmbezogene Forschung, Entwicklung, Auswertung	Landesbildstellen — Filmanteil[1]	Filmförderungsprogramme und sonstige Fördermaßnahmen[1]	wirtschaftliche Förderung	gemeinsame Finanzierung[2]	zusammen[1]/ Verteilung in % in ( )
BW	3,800	—	0,241	—	2,733	—	0,980	7,754 (5,0)
BY	8,754	0,228	0,822	0,238	4,619	20,645	1,126	36,432 (23,6)
BE	4,329	0,015	1,980	1,600	8,505	23,000	0,296	39,725 (25,8)
BB	—	—	—	—	—	—	0,112	0,112 (0,1)
HB	—	—	0,420	0,070	0,700	2,500	0,081	3,771 (2,4)
HH	1,539	—	0,080	0,313	10,277	5,163	0,196	17,568 (11,4)
HE	—	0,775	0,127	—	2,984	—	0,571	4,457 (2,9)
MV	—	—	—	—	2,900	—	0,110	3,010 (2,0)
NI	0,454	—	0,014	0,065	3,978	—	2,161	6,672 (4,3)
NW	3,806	—	0,129	—	8,373	14,999	1,742	29,049 (18,8)
RP	—	0,783	0,070	0,088	0,121	0,157	0,362	1,581 (1,0)
SL	—	—	0,010	—	0,325	0,050	0,106	0,491 (0,3)
SN	—	—	—	—	1,573	—	0,291	1,864 (1,2)
ST	—	—	—	0,194	0,289	—	0,147	0,630 (0,4)
SH	—	—	—	—	—	—	0,255	0,978 (0,6)
TH	—	—	—	—	—	—	0,124	0,124 (0,1)
insgesamt	22,682	1,801	3,893	2,568	48,100	66,514	8,660	154,218 (100,0)

[1]) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990: Differenz in der Summe durch Rundung.
[2]) Ausgabensoll.

Quelle: Dokumentationsdienst Bildung und Kultur 1993, S. 13.

Kinder- und Jugendfilmen bereits ab 50000 Besuchern).

- Verstärkung der Verleihförderung. Hierfür werden in Zukunft 15 % der Mittel eingesetzt.
- Förderung von Videotheken, die für Kinder und Jugendliche geeignet sind, und von Videoprogrammen für Kinder und Jugendliche.

Mittel für die Förderung von Filmtheatern entstammen dem von der FFA verwalteten Ufi-Sondervermögen. Der „Ufi-Abwicklungserlös" geht auf die Abwicklung und Entflechtung des ehemaligen reichseigenen Filmvermögens zurück und wurde durch Gesetz im Jahre 1971 gebildet. Der Vermögensbestand beträgt derzeit ca. 40 Mio. DM, von denen die FFA jährlich etwa 8 Mio. DM revolvierend zur Vergabe von Darlehen an Filmtheater einsetzt. Über die Verwendung des Vermögens entscheidet das Bundesministerium für Wirtschaft im Einvernehmen mit den Bundesministerien des Innern und der Finanzen nach Anhörung der FFA.

1.2.2 Filmförderung durch die Bundesländer

Gegen Ende der siebziger Jahre entstanden auf Länderebene die ersten Filmförderungsprogramme, die in der Folgezeit weiter ausgestaltet wurden. Die Maßnahmen der Länder lassen sich in folgende Förderbereiche aufgliedern, wobei zwischen den Programmen der einzelnen Bundesländer deutliche Unterschiede bestehen:

- Produktionsvorbereitung (einschl. Drehbuchförderung),
- Produktionsförderung,
- Verleih- und Vertriebsförderung,
- Abspiel- und Festivalförderung,
- Aus- und Fortbildung und
- Archive, Forschung und Sammlung.

Die Bundesländer haben im Jahr 1990 für Film und Filmförderung insgesamt Ausgaben in Höhe von 110 Mio. DM geleistet (1991: 125 Mio. DM, 1992: 154 Mio. DM; das für 1993 veranschlagte Ausgabensoll lag bei ca. 157 Mio. DM). So haben 1992 allein die Länder Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen mehr als zwei Drittel aller Aufwendungen erbracht, der Anteil Hamburgs lag bei etwa 12 %, die Ausgabenanteile der übrigen Länder betrugen jeweils maximal 5 %. Aufgliederungen der Fördermittel nach Zweckbestimmung und nach bereitstellendem Land sind den Tabellen B 112 und 113 zu entnehmen.

1.3 Filmbewertungsstelle (FBW)

Von den in Deutschland uraufgeführten Spielfilmen hat die Filmbewertungsstelle (FBW) im Berichtszeitraum 9 bis 15 Filme pro Jahr mit dem Prädikat „besonders wertvoll" ausgezeichnet. Eine Übersicht über die Zahl der prädikatisierten Filme pro Jahr gibt Tabelle B 114.

Die Prädikate der FBW „wertvoll" und „besonders wertvoll" hatten Bedeutung für die Referenzfilm-Zusatzförderung (§ 22 FFG) und die sog. erleichterte Referenzfilmförderung (§ 23 FFG), die ab 20000 Besuchern einsetzte, ferner für den Erlaß der Vergnügungssteuer, die aber nur noch in einem Bundesland erhoben wird. Seit dem 1. Januar 1993 werden Filme, die ein Prädikat der FBW erhalten haben, bei der Referenzfilmförderung berücksichtigt, wenn sie mindestens 50000 Besucher in Filmtheatern erreicht haben.

1.4 Perspektiven des deutschen Films

Die Filmwirtschaft ist mit ca. 4000 Unternehmen und knapp 23000 Beschäftigten eine kleine Wirtschafts-

Tabelle B 114:

Von der FBW prädikatisierte deutsche Spielfilme 1983 bis 1992 — nach Uraufführungsjahren —

Uraufführungsjahr	Spielfilme[1]) prädikatisiert		davon			
			wertvoll		besonders wertvoll	
	insgesamt	darunter deutsch-ausländische Koproduktionen	insgesamt	darunter deutsch-ausländische Koproduktionen	insgesamt	darunter deutsch-ausländische Koproduktionen
1983	37	2	24	—	13	2
1984	28	4	16	2	12	2
1985	32	9	20	5	12	4
1986	31	9	20	3	11	6
1987	33	9	19	3	14	6
1988	42	3	27	2	15	1
1989	40	10	30	6	10	4
1990	33	8	24	4	9	4
1991	42	13	28	8	14	5
1992	42	4	31	4	11	—

[1]) Einschl. abendfüllender Kinder- und Jugendfilme.

Quelle: Filmstatistisches Taschenbuch 1993, S. 4.

branche.[262]) Ihr Anteil an der Zahl der Unternehmen und der Beschäftigten an der Gesamtwirtschaft beträgt derzeit 0,2 bzw. 0,1 %.

Demgegenüber verzeichnet der Hauptabnehmer der Filme — das Fernsehen und hier vor allem die privaten Fernsehanbieter — ein starkes Wirtschaftswachstum. Prognosen lauten, der Bereich der audiovisuellen Dienstleistungen werde in ein paar Jahren einen ähnlichen Umsatz wie andere große Wirtschaftsbranchen erreichen.

Der Umsatz der Hersteller von Kinofilmen ging 1988 gegenüber 1983 von ca. 120 auf ca. 100 Mio. DM zurück, während sich der Umsatz der Hersteller von Fernsehfilmen von geschätzten 500 Mio. DM im Jahr 1983 auf 700 Mio. DM 1988 verbesserte (siehe Tabelle B 115).

Tabelle B 115:

Schätzung des Umsatzes der Unternehmen der Filmherstellung nach Sparten[1]) — in Mio. DM —

	1983	1988
Kinofilmhersteller[2])	120	100
Fernsehfilmhersteller	500	700
Werbefilmhersteller	150	200
Wirtschaftsfilmhersteller	80	100
Synchronhersteller[3])	60	250
Ateliers	160	200
sonstige Filmtechnik	60	150
nicht zuzuordnen[4])	120	1 500
insgesamt	1 250	3 200

[1]) Nur grobe Schätzung, da eine Reihe von großen Unternehmen in mehreren Sparten tätig ist und deswegen eine eindeutige Zuordnung nach dem Schwerpunkt ihrer Tätigkeit nicht vorgenommen werden kann. Zu einigen Sparten liegen nur lückenhafte Informationen vor.

[2]) Nicht zum Umsatz zählen produktionsgebundene Filmpreise, Filmprämien und Förderhilfen.

[3]) Einschl. Synchronstudios.

[4]) Nicht eindeutig erklärbarer Rest der ausgewiesenen Summe aus der Umsatzsteuerstatistik.

Quelle: Schätzungen des DIW auf der Basis von Angaben des Statistischen Bundesamtes, von Firmen und Verbänden.

Da der Film aber als wesentlicher Teil der Gegenwartskultur einen Faktor für die kreativen Möglichkeiten einer Gesellschaft darstellt, haben sich Bund und Länder zu einer in erster Linie kulturpolitisch motivierten, aber längerfristig auch wirtschaftlich orientierten Filmförderung entschlossen.

Problematisch ist: einerseits standen in Deutschland noch nie so viele Mittel für die Filmförderung bereit wie gegenwärtig (ca. 250 Mio. DM, einschl. der Mittel der FFA), andererseits aber verteilen sich diese Fördermittel und -programme auf den Bund und die einzelnen Länder. Unübersehbar ist die tiefe Krise, in der sich der deutsche Film befindet. Sein Marktanteil ist im Inland gering, im Ausland marginal.[263]) Es stellt sich die Frage, wie es gelingen kann, die Förderstrukturen so auszurichten, daß sich die deutsche Filmproduktion insgesamt wieder stärker an den Interessen des Publikums orientiert und die Präsenz der Filme aus den übrigen europäischen Ländern in den deutschen Kinos wieder zunimmt.

2 Audiovisuelle Medien

2.1 Abgrenzung

Im folgenden wird die Kurzbezeichnung audiovisuelle Medien (AV-Medien) lediglich für diejenigen elektronischen Medien verwendet, deren Leistungsspektrum die Speicherung schneller Bild- und Tonfolgen einschließt. Der Tonfilm[264]) ist ebenso ausgeklammert wie das Fernsehen.

2.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Da die jeweiligen Nutzungsmöglichkeiten die wirtschaftliche Entwicklung der AV-Medien prägen, liegt es nahe, die Gliederung der Darstellung daran zu orientieren: Es läßt sich unterscheiden zwischen AV-Medien, die nur der Wiedergabe industriell aufgezeichneter Bild- und Tonfolgen dienen, und AV-Medien, die über die Wiedergabe hinaus die Aufzeichnung elektronisch aufbereiteter Bild- und Tonfolgen oder auch eigene Originalaufzeichnungen gestatten (z. B. Videorekorder bzw. Videokamerarekorder).

Die ebenfalls gegebene Möglichkeit, AV-Mediengerät auch für die Umsetzung rein visueller oder rein auditiver Botschaften zu nutzen, etwa im Schrift- oder herkömmlichen Telefonverkehr, hat das Marktgeschehen bislang noch nicht wesentlich beeinflußt.

2.2.1 Videorekordersysteme

Wie im Medienbericht 1985 näher dargestellt[265]), zeichnete sich der Durchbruch des Videorekorders auf dem deutschen Markt schon in den späten siebziger Jahren ab und vollzog sich im ersten Drittel des folgenden Jahrzehnts. Entgegen der damaligen Vermutung blieb der Absatz nicht in der ersten Hälfte der achtziger Jahre bei jährlich 1,5 Mio. Stück stehen, sondern stieg in den Folgejahren nochmals deutlich an und schwankte von 1988 bis 1992 (in den alten Bundesländern) zwischen 2,3 und 2,6 Mio. Stück. Der 1990 einsetzende und 1992 wieder abklingende Nachfrageschub in den neuen Bundesländern brachte starke Absatzerhöhungen von 0,8 Mio. (1990) und 0,6 Mio. Stück (1991).

Im einzelnen entwickelte sich nach Schätzungen des Deutschen Video Instituts e. V. (DVI) in Berlin sowie

[262]) Vgl. Gerhard Neckermann: Filmwirtschaft und Filmförderung. Berlin 1991.

[263]) Vgl. Hans Gerd Prodoehl: Filmpolitik und Filmförderung in Deutschland. In: Media Perspektiven, Heft 4/93, S. 159—168.

[264]) Vgl. dazu Abschnitt B.V.1.

[265]) Vgl. Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 73.

Tabelle B 116:

Videorekorderabsatz 1984 bis 1993

Jahr*)	Mrd. DM[1])	Mio. Stück[2])
1984	2,6[3])	1,5[3])
1986	3,1[3])	1,8[3])
1988	2,7	2,4
1989	2,6	2,3
1990	3,3	3,3
davon:		
neue Länder	(.)	(0,8)
1991	3,1	3,2
davon:		
neue Länder	(.)	(0,6)
1992	2,8	3,2
davon:		
neue Länder	(.)	(0,5)
1993	2,5	3,0

*) Von 1984 bis 1989 Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand bis zum 3. Oktober 1990.

[1]) Quellen: Für 1984: Deutsches Video Institut e.V., Berlin; für 1986 bis 1993: Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) mbH, Frankfurt/Main (hier Umsätze zu Endverbraucherpreisen).

[2]) Quelle: DVI sowie GfK/gfu.

[3]) Einschl. mobiler Aufzeichnungsgeräte, insbesondere Videokameras.

nach Ermittlungen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) mbH in Frankfurt/Main der Videorekorderabsatz von 1984 bis 1993 wie in Tabelle B 116 dargestellt.

Wie der Vergleich der Stück- und Wertumsätze in Tabelle B 116 erkennen läßt, sank der durchschnittliche Videorekorderpreis zwischen 1984 und 1993 um mehr als die Hälfte ab.

Einen allgemeinen Überblick über die Ausstattung der Haushalte mit Geräten zum Empfang, zur Speicherung bzw. Wiedergabe audiovisueller Information einschließlich Fernsehen vermittelt Tabelle B 117.

In 1993 erhöhte sich nach Angaben aus der Industrie der Anteil der Haushalte mit mindestens einem Videorekorder in den alten Ländern auf 59 % und in den neuen auf 44 %.[266]) Schon 1991 waren 83 % der im selben Jahr in Deutschland verkauften Videorekorder mit einem Video-Programm-System (VPS) ausgerüstet, das die korrekte Aufzeichnung von gegenüber dem veröffentlichten Programm zeitlich versetzten Sendungen gewährleistet. Wie die Entwicklung des Absatzes von Videoleerkassetten, so liefert auch dieser Sachverhalt ein spezifisches Indiz dafür, welchen Wert die Fernsehteilnehmer darauf legen, sich mit möglichst wenig Einbußen an Selektionsmöglichkeiten von den zeitlichen Bindungen an Programmschemata lösen zu können.

2.2.2 Videokameras mit Aufzeichnungsmöglichkeit

Nach Ermittlungen des DVI erhöhte sich der Absatz von Videokameras mit Aufzeichnungsmöglichkeit, d. h. von Kamerarekordern (sog. camcordern), in den Jahren 1988 bis 1992 von etwa 370 000 auf 1 Mio. Stück[267]). In dieser Zeit stieg der damit erzielte Umsatz (zu Endverbraucherpreisen) von 1,2 Mrd. DM auf 2,2 Mrd. DM. 1993 sank der Absatz auf 990 000 Stück, der Umsatz ging auf 1,8 Mrd. DM zurück.

2.2.3 Videoleerkassetten und bespielte Videokassetten

In grober Annäherung korreliert die Entwicklung des Leerkassettenabsatzes mit der Zunahme der Anzahl an Privathaushalten, die über Videorekorder verfügen. In Deutschland produzierten im Dezember 1990 sechs Magnetbandhersteller, darunter vier ausländische, Video- bzw. Audioleerkassetten. Seit Anfang 1991 gibt es nur noch einen deutschen Hersteller (BASF). Infolge des harten Wettbewerbs sank der mittlere Preis für eine Videoleerkassette von vier

[266]) Vgl. dazu auch Kapitel E.I.1.1.

[267]) Lt. GfK/gfu betrug der Absatz 1992 1,18 Mio. Stück.

Tabelle B 117:

Haushaltsausstattung mit ausgewählter Kommunikations- und Unterhaltungselektronik 1982 bis 1992 — in % aller Haushalte —

Anteil der Haushalte mit	früheres Bundesgebiet									neue Länder	
	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1991	1992
Farbfernseher	85	86	87	88	90	92	94	95	96	93	95
Videorecorder	15	21	29	34	40	43	48	54	58	30	37
Satelliten-direktempfang	.	.	.	.	1	1	3	6	11	13	31
Kabelanschluß	5	6	9	13	18	24	31	35	42	2	7
Homecomputer	4	7	9	10	12	14	17	.	.	.	.
Videotextdecoder	3	4	6	8	12	19	26	38	42	.	.

Quelle: DVI.

Tabelle B 118:

Absatz von Videoleerkassetten und Videoprogrammen 1984 bis 1992 — in Mio. Stück[1]) —

Jahr*)	Videoleerkassetten	Videogramme
1984	36	2,1
1986	50	3,6
1988	80	6,5
1989	87	5,9
1990	101	14,8
davon: neue Länder ...	(11)	(.)
1991	112	23,7
davon: neue Länder ...	(12)	(.)
1992	120	22,8
davon: neue Länder ...	(18)	(.)

*) Von 1984 bis 1989 Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand bis zum 3. Oktober 1990.

[1]) Die Absatzzahlen der Videoprogramme enthalten auch die an den Handel für Verleihzwecke abgesetzten bespielten Videokassetten.
Der Informationskreis Magnetband, Bonn, nennt für die Jahre 1988 bis 1991 höhere Absatzzahlen: 1988: 85 Mio. Stück; 1989: 90 Mio. Stück; 1990: 103 Mio. Stück und 1991: 115 Mio. Stück. Die Spieldauer der abgesetzten Leerkassetten stieg demnach von 119 Mio. Stunden in 1984 auf 443 Mio. Stunden im Jahre 1992. In den Angaben zu den bespielten Kassetten stimmen beide Quellen für alle Jahre überein (vgl. im einzelnen Tabelle B 119).

Quelle: DVI.

Stunden Spieldauer von 23,50 DM in 1985 auf 9 bis 10 DM in 1992. Die Zahl der Arbeitsplätze in der Magnetbandproduktion verringerte sich bis Ende 1992 um rd. 2 000.

Wesentlich höhere Zuwachsraten ergaben sich beim Absatz bespielter Videokassetten (Videoprogramme). Einzelheiten sind den Tabellen B 118 und 119 zu entnehmen.

Nach Schätzungen aus der Branche entwickelten sich die Umsätze mit bespielten Videokassetten auf der Ebene des Einzelhandels wie in Tabelle B 120 dargestellt.

Hervorzuheben ist der starke Anstieg des Einzelhandelsumsatzes mit Kaufkassetten: Bei rückläufigem

Tabelle B 120:

Einzelhandelsumsätze mit bespielten Videokassetten 1986 bis 1993

Jahr[1])	Gesamtumsatz in Mio. DM	Verleihumsatz in Mio. DM	Kaufumsatz in Mio. DM
1986	950	.	.
1987	1 200	1 137	63
1988	1 215	1 105	110
1989	1 180	1 040	140
1990	1 300	1 000	300
1991	1 640	1 000	640
1992	1 480	900	580
1993	1 570	740	830

[1]) Lt. BVV unterscheiden sich die „Erhebungsmodalitäten“ für die Jahre seit 1986 von denen früherer Berichtszeiträume. Die dafür veröffentlichten Schätzungen (z.B. für die Jahre 1984 und 1985 je 600 Mio. DM) seien deshalb mit den neueren Zahlen nur bedingt vergleichbar.

Quelle: Jahresberichte und mündliche Auskünfte des Bundesverbandes Video (BVV), Vereinigung der Video-Programmanbieter Deutschlands e.V., Hamburg. Diese Berichte stützen sich bei den Umsatzangaben für die Jahre 1986 bis 1990 auf Schätzungen der Interessengemeinschaft der Videothekare Deutschlands e.V. (IVD), Düsseldorf.

oder stagnierendem Verleihumsatz hat sich der Kaufumsatz in vier Jahren, trotz einer Einbuße von gut 9 % in 1992, mehr als vervierfacht. In 1993 stieg der Umsatz — unter kräftigem Einfluß der direkten Vermarktung von Top-Filmen — um 43 % auf 830 Mio. DM. Der durchschnittliche Endverbraucherpreis für ein Videoprogramm lag 1990 bei 25 DM und 1991 und 1992 bei etwa 30 DM. Das Programmangebot speiste sich 1992 u.a. etwa zur Hälfte aus Spielfilmen, zu einem Drittel aus Kinder- und Zeichentrickfilmen sowie zu knapp 10 % aus Musikvideos.

Die unbefriedigende Entwicklung der Verleihumsätze wird in der Branche vor allem auf die wachsende Reichweite der privaten Fernsehveranstalter und das starke Angebot an Spielfilmen in den Fernsehprogrammen zurückgeführt. Zur Unterstützung des Verleihgeschäfts haben die deutschen Videoprogrammanbieter ihre Preise nach Verbandsangaben im zweiten Halbjahr 1992 um durchschnittlich 25 % gesenkt. Erneute Preissenkungen in 1993 um gesamtdurchschnittlich etwa 20 % vermochten den Umsatzrückgang nicht aufzuhalten.

Tabelle B 119:

Absatzentwicklung der Bildträger 1984 bis 1992 — in Mio. Stück —

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
bespielte Kassetten	2,1	3,1	3,6	4,4	6,5	5,9	14,8	23,7	22,8
Leerkassetten	36	44	50	68	85	90	103	115	120

Quelle: Informationskreis Magnetband.

Tabelle B 121:

Anzahl der Videoverkaufsstellen 1985 bis 1992

Jahr	Anzahl der Verkaufsstellen
1985	6 000
1986	6 600
1987	7 800
1988	7 100
1989	7 000
1990	6 500
1991	5 800
1992	5 200

Quelle: IVD sowie BVV.

2.2.4 Struktur des Videovertriebs auf Einzelhandelsebene

Nach Angaben der Interessengemeinschaft der Videothekare Deutschlands e. V. (IVD), bzw. — für die Jahre 1990 bis 1992 — des BVV entwickelte sich die Anzahl der Video-Fachhandelsgeschäfte sowie der sonstigen Verleih- und Verkaufsstellen (Fachgeschäfte für Rundfunkgeräte, Kioske, Tankstellen, Verbrauchermärkte usw.) seit 1985 in den alten Bundesländern wie in Tabelle B 121 dargestellt.

In den neuen Bundesländern gab es bis 1990 rd. 3 000 Verleih- und Verkaufsstellen für bespielte Videokassetten; ihre Anzahl sank 1991 auf 2 200 und 1992 auf 1 800.[268]) Von 1992 auf 1993 ist für das gesamte Bundesgebiet ein Rückgang von 7 000 auf 6 600 Verleih- und Verkaufsstellen zu verzeichnen, der sich etwa je zur Hälfte auf die alten und die neuen Bundesländer verteilt.[269])

2.2.5 Musikvideos

Das Bestreben, auch die besonderen Leistungseigenschaften des Fernsehens für die Vermarktung („Promotion") elektronisch reproduzierbarer Musikdarbietungen zu nutzen, führte in der Vergangenheit dazu, daß deren Ausstrahlung immer häufiger mit produktspezifischen Bewegtbildfolgen (z. B. Visualisierungen mitwirkender Künstler) verbunden wurde. Aus den dafür geschaffenen Fernsehwerbespots — im Branchenjargon „Promotionclips" — entwickelte sich das für den Endverbraucher bestimmte Musikvideo (Musikvideoclip).

Das Musikvideo besitzt wie der Tonträger den Vorteil, in der Verbreitung weitaus weniger als wortabhängige Medien durch Sprachbarrieren behindert zu sein. So erzielte das Musikvideo seinen Durchbruch auf dem deutschen Markt erst infolge des von Versandhandelsunternehmen betriebenen Imports englischer Produkte bzw. des Erwerbs von Nutzungsrechten, deren Vermarktung sich auf besonders publikumswirksame internationale Stars und relativ niedrige Preise (damals zwischen 30 und 50 DM) stützen konnte.[270])

Das Musikvideo gelangt über den Musikfachhandel an den Endverbraucher; normalerweise wird es zusätzlich zum Tonträger erworben.[271])

Nach Erhebungen des Bundesverbandes Phono entwickelten sich die dort erfaßten Stück- und Wertumsätze mit Musikvideos in den Jahren 1988 bis 1992 wie in Tabelle B 122 dargestellt.

In den Jahresberichten 1991 und 1992 des BVV werden die Mengenanteile der „Musik" (1991) bzw. der „Musikvideos" (1992) am Kaufkassettenmarkt mit 13 % (von 22,3 Mio. Stück) und 9,5 % (von 19,5 Mio. Stück) beziffert.[272])

Tabelle B 122:

Musikvideoumsatz 1988 bis 1992
— in Tsd. Stück und Mio. DM —

Jahr	in Tsd. Stück	in Mio. DM
1988	230,8	12
1989	394,7	15
1990	967,1	29
1991	1 341,7	40
1992	1 333,7	39

Quelle: Phono Press, Heft 1/93, S. 10, und Phono Press, Heft 1/1991, S. 9.

3 Tonträger

3.1 Abgrenzung

„Tonträger" im Sinne dieser Darstellung sind jene Industrieprodukte, die allein der Speicherung schallwiedergebender Schwingungsfolgen dienen; Notenblätter sind ebenso ausgeklammert wie Aufzeichnungen von audiovisuellen Botschaften.[273]) Die Tonträger werden nach der benutzten Speichertechnik in zwei Hauptgruppen geschieden: Schallplatten und Tonbänder. Unabhängig von dieser herstellungstechnischen Einteilung differenziert die Branche unter Vertriebsgesichtspunkten nach Umfang

[268]) Das DVI beziffert die Anzahl der Videotheken in den alten Bundesländern (einschl. Berlin-West) für die Jahre 1991 und 1992 annähernd wie die o. g. Quellen, nämlich auf 6 000 und 5 200. Für die neuen Bundesländer nennt es einen deutlich niedrigeren Wert: „ca. 1 500" für jeweils 1991 und 1992.

[269]) Quelle: BVV; ferner anonym.: Den Videotheken bleibt mehr und mehr die Kundschaft aus. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nr. 68 vom 23. März 1994, S. 31.

[270]) Vgl. Stefan Michel: Vermarktung von Musikvideos. In: Rolf Moser/Andreas Scheuermann (Hrsg.): Handbuch Musikwirtschaft. Starnberg/München, S. 295—297, hier S. 296.

[271]) Vgl. dazu Kapitel B.V.3.4.

[272]) Der BVV stützt sich für 1991 und 1992 auf je unterschiedliche Quellen.

[273]) Letztere sind Gegenstand des Kapitels B.V.2, das auch die sog. Musikvideos einschließt.

Tabelle B 123:

Wertumsatz der Tonträger 1984 bis 1993 — in Mio. DM —*)

Jahr	Umsatz
1984	2 010
1986	2 365
1988	2 785
1989	3 095
1990	3 645
1991	4 040
1992	4 140
1993	4 515

*) Es handelt sich um die Umsätze der an der Statistik beteiligten Mitgliedsfirmen des Bundesverbandes Phono; ihr Marktanteil betrug 1992 rd. 81 %; den sonstigen Tonträgerherstellern wurden vom Verband 8 %, den Direktimporten 7,5 % sowie illegalen bzw. unautorisierten Tonträgern 3,5 % Umsatzanteil zugerechnet.

Quelle: Phono Press, Heft 1/92, S. 2, Heft 1/93, S. 2 und Heft 1/94, S. 2.

bzw. Gliederung der Musikaufzeichnung: Man unterscheidet zwischen sog. Singles (Tonträger mit zwei bis vier Titeln besonderen Inhalts und meist kürzerer Darbietungsdauer) und Alben (Tonträger mit Darbietungen längerer Dauer). Das Unterscheidungsmerkmal der Spieldauer wird allerdings nicht völlig konsequent angewandt: Neben der ursprünglichen 17-cm- oder 7-Zoll-Single gibt es auch die 30-cm- oder 12-Zoll-"Maxi"-Single. Singles werden als Vinylschallplatten, seit einigen Jahren auch als Kompaktschallplatte, als sog. CD-Single mit 3 oder 5 Zoll Durchmesser, sowie — seit Herbst 1991 — auf Tonband als Kassetten-Single (MC-Single) angeboten. Zu den Alben zählen — bis auf die gerade erwähnten Ausnahmen — die Kompaktschallplatte (CD), die Langspielplatte und die Musikkassette.

3.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Zur langfristigen Entwicklung des Tonträgermarktes bis 1983 wird auf den Medienbericht 1985[274]) verwiesen. Als Haupttrend des seitherigen Marktgeschehens sind für den Schallplattensektor hervorzuheben: der endgültige Durchbruch und der rasche Aufstieg der CD zum umsatzstärksten Tonträger (Umsatzanteil 1991: 62 %, 1992: 74 %, 1993: 79 %[275])) sowie der damit einhergehende drastische Absatzrückgang der Vinylschallplatte. Auf dem Markt der bespielten Tonbänder setzte sich — nicht ohne Rückschläge und begünstigt durch eine Niedrigpreis-Politik — das Mengenwachstum der Musikkassetten nur bis 1991 fort. Die Umsatzentwicklung zu Beginn der neunziger Jahre ist durch den Sonderfaktor der zusätzlichen Nachfrage aus den neuen Bundesländern erheblich beeinflußt. Dieser Nachfrageschub hat 1990 mit rd. 9 % und 1991 mit rd. 13 % zum Wertumsatz der Tonträger beigetragen; auf ihn entfielen 1990 rd. 60 % und 1991 etwa zwei Drittel des Zuwachses. Tabelle B 123 veranschaulicht, wie sich die über den herkömmlichen Handel und mit Clubs erzielten, ver-

[274]) BT-Drs. 10/5663, S. 75 und 137.

[275]) Quelle: Phono Press, Heft 1/92, S. 2, Heft 1/93, S. 6 und Heft 1/94, S. 5.

Tabelle B 124:

Stückumsätze von Schallplatten und Musikkassetten 1984 bis 1993

Tonträgergruppe	Anzahl/relative Änderung	Jahr¹)									
		1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Langspielplatten	Mio. Stück	81,1	86,6	82,7	66,3	57,6	48,3	43,9	23,8	5,1	1,6
	Index	100	107	102	82	71	60	54	29	6,3	2,0
	Jahreszuwachs in %	*-11,6*	*+6,8*	*-4,5*	*-20,0*	*-13,0*	*-16,0*	*-9,1*	*-46,0*	*-78,6*	*-68,6*
Musikkassetten	Mio. Stück	52,0	59,2	61,9	58,2	59,8	58,3	74,7	78,4	58,2	47,2
	Index	100	114	119	112	112	112	114	151	112	90,8
	Jahreszuwachs in %	*-2,1*	*+14,0*	*+4,6*	*-0,6*	*-2,5*	*-2,5*	*+28,0*	*+5,0*	*-25,8*	*-18,9*
Schallplatten besonderen Inhalts (Singles)	Mio. Stück	55,5	55,2	50,0	38,5	31,6	32,2	27,2	25,4	26,6	36,9
	Index	100	99	90	69	57	58	49	46	48	66,5
	Jahreszuwachs in %	*-10,6*	*-0,5*	*-9,4*	*-23,0*	*-18,0*	*+1,9*	*-16,0*	*-6,6*	*+4,7*	*+38,7*
Kompaktschallplatten	Mio. Stück	3,0	6,8	13,4	22,7	39,0	56,9	76,2	104,2	131,8	152,8
	Index	100	227	447	757	1 300	1 897	2 540	3 473	4 393	5 093
	Jahreszuwachs in %	*+223*	*+127*	*+97,0*	*+69,0*	*+72,0*	*+46,0*	*+34,0*	*+37,0*	*+26,5*	*+15,9*

¹) Die Zahlen für 1984 bis 1986 schließen „sonstige Auftraggeber" ein, die keine Wiederverkäufer sind. Ohne diese seit 1987 ausgesonderte Gruppe stellen sich die Stückumsätze wie folgt dar:
1984: 71,1 Mio. Langspielplatten; 43,3 Mio. Musikkassetten; 49,6 Mio. Singles; 3,0 Mio. Kompaktschallplatten;
1985: 74,0 Mio. Langspielplatten; 49,4 Mio. Musikkassetten; 49,6 Mio. Singles; 6,8 Mio. Kompaktschallplatten;
1986: 68,8 Mio. Langspielplatten; 50,6 Mio. Musikkassetten; 43,4 Mio. Singles; 13,3 Mio. Kompaktschallplatten.

Quelle: Phono Press, Heft 1/86, Heft 1/87, Heft 1/90, Heft 1/91, Heft 1/92, Heft 1/93, Heft 1/94, Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, Tabelle 79, S. 233; ebenso eigene Berechnungen.

Tabelle B 125:

Stückumsätze von Tonträgern nach Vertriebswegen 1984 bis 1992

Vertriebsweg Tonträgergruppe	Anzahl/Anteil[1])	Jahr						
		1984	1986	1988	1989	1990	1991	1992
I. Herkömmlicher Handel								
Langspielplatten	Mio. Stück	63,6	61,5	51,7	43,1	39,6	21,0	4,4
	in %	*33,0*	*30,0*	*28,0*	*22,0*	*18,0*	*9,1*	*2,1*
Musikkassetten	Mio. Stück	39,3	47,0	55,3	53,5	70,1	73,2	51,4
	in %	*21,0*	*23,0*	*29,0*	*27,0*	*32,0*	*32,0*	*24,0*
Schallplatten besonderen	Mio. Stück	49,6	43,4	31,6	32,2	27,2	25,4	26,7
Inhalts (Singles)	in %	*26,0*	*21,0*	*17,0*	*16,0*	*12,0*	*11,0*	*13,0*
Kompaktschallplatten	Mio. Stück	2,9	12,6	36,4	53,0	71,4	98,4	118,1
	in %	*1,5*	*6,1*	*19,0*	*27,0*	*32,0*	*42,0*	*55,0*
insgesamt	Mio. Stück	155,4	164,5	175,0	181,8	208,3	218,0	200,6
	in %	*81,0*	*79,0*	*93,0*	*93,0*	*94,0*	*94,0*	*94,0*
II. Clubs und Versandhandelsunternehmen[2])								
Langspielplatten	Mio. Stück	17,5	21,2	5,9	5,2	4,3	2,8	0,5
	in %	*9,1*	*10,0*	*3,1*	*2,7*	*1,9*	*1,2*	*0,2*
Musikkassetten	Mio. Stück	12,7	14,9	4,5	4,8	4,6	5,2	4,2
	in %	*6,6*	*7,2*	*2,4*	*2,5*	*2,1*	*2,2*	*2,0*
Schallplatten besonderen	Mio. Stück	5,9	6,2	.	.	.	.	.
Inhalts (Singles)	in %	*3,1*	*3,2*	.	.	.	.	.
Kompaktschallplatten	Mio. Stück	0,1	0,8	2,6	3,9	4,8	5,8	7,8
	in %	*0,0*	*0,38*	*1,4*	*2,0*	*2,2*	*2,5*	*3,7*
insgesamt	Mio. Stück	36,2	43,5	13,0	13,9	13,7	13,8	12,5
	in %	*19,0*	*21,0*	*6,9*	*7,1*	*6,2*	*6,0*	*5,9*
III. Inland gesamt	Mio. Stück	191,6	208,0	188,0	195,7	222,0	231,8	213,1
	in %	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*

[1]) Aus gerundeten Zahlen errechnet.
[2]) Die Zahlen für 1984 und 1986 schließen „sonstige Auftraggeber" ein, die keine Wiederverkäufer sind. Ohne „sonstige Auftraggeber" stellen sich für diese Jahre die Stückumsätze an Clubs und Versandhandelsunternehmen wie folgt dar:
1984: 7,5 Mio. Langspielplatten, 4,0 Mio. Musikkassetten und 0,1 Mio. Kompaktschallplatten;
1986: 7,3 Mio. Langspielplatten, 3,6 Mio. Musikkassetten und 0,7 Mio. Kompaktschallplatten.
Keine Zahlenangaben für Singles (diese wurden nur über den Handel abgesetzt und sind voll unter I. erfaßt).
Quelle: Phono Press; jeweils Heft 1 der Jahrgänge 1985 bis 1987 und 1989 bis 1992.

bandsstatistisch nachgewiesenen Wertumsätze (zu Endverbraucherpreisen einschl. Umsatzsteuer) zwischen 1984 und 1993 entwickelten.[276])

Den Gesamtumsatz im Jahre 1992 schätzt der Fachverband auf rd. 5,1 Mrd. DM. Die im Herbst 1992 begonnene Markteinführung von zwei neuen, die Digitaltechnik verwendenden Tonträgerarten, der digitalen Kompaktkassette (DCC) und der Mini Disk (MD), ist in Zusammenhang mit der Digitalisierung des Hörfunks[277]) sowie mit dem Markterfolg der entsprechenden Aufzeichnungs- und Abspielgeräte zu sehen. Die Komplexität dieser Interdependenz erschwert hinreichend wahrscheinliche Prognosen und läßt lediglich allgemeine Trendaussagen — etwa über die bevorstehende starke Ausweitung von Anwendungsgebieten medienbezogener Digitaltechnik — zu. Als zukunftsträchtige Tonträger gelten in der Magnetbandindustrie ferner die Speichermedien CD-ROM und Digital Audio Tape (DAT).

1990 hielt Deutschland am Wertumsatz des Weltmarktes für Tonträger von rd. 24 Mrd. US-Dollar mit 9,5 % nach den Vereinigten Staaten von Amerika (31 %) und Japan (12 %) den drittgrößten Anteil; an vierter und fünfter Stelle folgten das Vereinigte Königreich (8,8 %) und Frankreich (6,9 %).[278])

[276]) Zur Entwicklung von Produktionswert und Bruttowertschöpfung der Tonträgerhersteller und Musikverlage in den Jahren 1982 bis 1992 vgl. Kapitel B.I., besonders Tabelle B 2 und 3.
[277]) Vgl. Abschnitt C.V.3.
[278]) Quelle: Handbuch der Musikwirtschaft (siehe Fußnote 270), S. 19.

Tabelle B 126:

Stückumsätze mit Schallplatten besonderen Inhalts (Singles) an den Handel — in Mio. Stück —

Jahr	17-cm-Single	30-cm-Single	CD-Single	zusammen
1984	39,0	10,6	—	49,6
1986	29,1	14,3	—	43,4
1988	18,8	10,7	2,1	31,6
1989	16,0	9,7	6,5	32,2
1990	11,1	6,7	9,4	27,2
1991	7,5	3,1	14,8	25,4
1992	3,2	1,6	21,9	26,7

Quelle: Phono Press, Heft 1/93, S. 11 und Heft 1/91, S. 12.

Die Entwicklung des Inlandsumsatzes mit Tonträgern nach den Erhebungsergebnissen des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft e. V., Hamburg, ist den Tabellen B 124 bis 126 zu entnehmen.

Hervorzuheben sind folgende Einzeltrends: Von 1984 (= 100) bis 1993 sank der über den herkömmlichen Handel erzielte Stückumsatz mit Vinylschallplatten rapide; dies gilt vor allem für die normale Langspielplatte (1993: 2 %). Ähnlich verlief der Mengenrückgang bei den Singles; sie fielen in 1993 auf 1,0 Mio. Stück 17-cm-Singles sowie auf 1,4 Mio. Stück 30-cm-Maxi-Singles gegenüber 42,9 Mio. bzw. 2,1 Mio. Stück in 1984. Daß sich der Gesamtumsatz (mit Handel und Clubs) 1993 gegenüber 1984 gleichwohl nominal mehr als verdoppelte und zu festen Preisen gerechnet um mehr als 50 % erhöhte, ist vor allem dem großen Markterfolg der CD zu verdanken. Der Absatz dieses Plattentyps stieg trotz des gegenüber der Langspielplatte höheren Stückpreises von 3 Mio. Stück im Jahre 1984 auf rd. 153 Mio. im Jahre 1993, also um das 51fache (bezogen allerdings auf eine schmale Ausgangsbasis).

Die hier besonders augenfällige Wechselwirkung zwischen Tonträger- und Geräteindustrie unterstreichen folgende Zahlen: Nach Feststellungen der gfu verfügten 1992 rd. 51 % der Haushalte in den alten und 23 % der in den neuen Bundesländern über Geräte zum Abspielen von Kompaktschallplatten. 1984 lag der Anteil der so ausgerüsteten deutschen Haushalte noch weit unter einer Million.

Eine preispolitische Differenzierung der Kompaktschallplatte in die zwei Bereiche „Normalpreis" und „Niedrigpreis" ist durch den Fachverband statistisch seit 1988 belegt (vgl. Tabelle B 127). International ordnet man die Album-Tonträger dagegen drei Preisgruppen zu: Der Gruppe der gehobenen Preise (fullprice), der der mittleren Preise (midprice) und der der niedrigen Preise (lowprice oder budgetprice). Die Preise für Kompaktschallplatten lagen 1990/91 in Deutschland in der ersten Gruppe etwa zwischen 30 und 35 DM (in Sonderfällen bis zu 40 DM), in der zweiten Gruppe zwischen 20 und 25 DM und in der

Tabelle B 127:

Stückumsätze von Tonträgern nach Preisgruppen 1984 bis 1992

Tonträger/ Preisgruppe	Anzahl/relative Änderung[1])	Jahr								
		1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Langspielplatten	Mio. Stück	44,55	43,5	44,0	·38,1	33,7	28,1	24,5	13,2	2,6
Normalpreis	Jahreszuwachs in %	*−9,4*	*−2,2*	*+1,1*	*−13,4*	*−11,5*	*−16,6*	*−12,8*	*−46,1*	*−80,3*
Langspielplatten	Mio. Stück	19,1	22,2	17,5	20,9	18,0	15,0	15,1	7,8	1,8
Niedrigpreis	Jahreszuwachs in %	*−2,6*	*+16,2*	*−21,2*	*+19,4*	*−13,9*	*−16,7*	*+0,7*	*−48,3*	*−76,9*
Musikkassetten	Mio. Stück	12,6	12,0	+12,1	12,8	11,9	13,1	18,3	20,7	16,7
Normalpreis	Jahreszuwachs in %	*−12*	*−4,8*	*+0,8*	*+5,8*	*−7,0*	*+10,1*	*+39,7*	*+13,0*	*−19,3*
Musikkassetten	Mio. Stück	26,7	33,3	34,9	41,4	43,4	40,4	51,8	52,5	34,7
Niedrigpreis	Jahreszuwachs in %	*−3,3*	*+24,7*	*+4,8*	*+18,6*	*+4,8*	*−6,9*	*+28,2*	*+1,4*	*−33,9*
Kompaktschall-platten	Mio. Stück	2,9	6,7	12,6	21,6	24,2	33,4	45,2	64,4	73,8
Normalpreis	Jahreszuwachs in %	*+222*	*+131*	*+88,1*	*+71,4*	*+12,0*	*+38,0*	*+35,3*	*+42,5*	*+14,6*
Kompaktschall-platten	Mio. Stück	—	—	—	—	12,2	19,6	26,2	34,0	44,3
Niedrigpreis	Jahreszuwachs in %	—	—	—	—	—	*+60,7*	*+33,7*	*+29,8*	*+30,3*

[1]) Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % (aus gerundeten Zahlen errechnet).

Quelle: Wirtschaftsberichte des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft e. V., Hamburg, Nr. 1/1993, S. 15f. sowie eigene Berechnungen.

untersten Gruppe um 15 DM. Für Langspielplatte und Musikkassette bewegten sich die entsprechenden drei Preisgruppen etwa zwischen 20 und 25 DM im oberen, um 15 DM im mittleren und um 10 DM im unteren Bereich. Den Produkten der gehobenen Preisgruppe wurden 1990 rd. 70 % des Gesamtumsatzes mit Tonträgern zugerechnet. Langfristig sind die Tonträgerpreise zwischen 1980 und 1990 auch nominal gesunken.[279])

Der Verdrängungswettbewerb der Kompaktschallplatte dürfte zunächst die sog. normalpreisige Langspielplatte noch härter getroffen haben als die Langspielplatten niedrigerer Preisgruppe; inzwischen nähern sich die Entwicklungen einander wieder an (vgl. Tabelle B 126). Bis Ende 1992 hatte sich nach Berechnungen des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft das im Inland verfügbare Gesamtangebot an Kompaktschallplatten von 473 Titeln am Ende des Startjahres 1983 auf 24 804 erhöht (darunter 11 047 Titel mit klassischer Musik). Gegenläufig entwickelte sich das Gesamtangebot an Musikaufzeichnungen auf Langspielplatte: Es sank von 18 778 (8 327) Titeln Ende 1984 auf 5 378 (861) Titel Ende 1992. Die Anzahl der Neuveröffentlichungen entwickelte sich analog zu den o. g. Trends; sie stieg im genannten Zeitraum bei den Kompaktschallplatten von 1 218 (498) auf 6 548 (2 815) Titel und sank bei den Langspielplatten von 2 639 (861) auf 863 (21) Titel. In jüngerer Zeit jedoch (1992) hat sich bei weiterhin steigendem Gesamtangebot die Anzahl der Neuveröffentlichungen, vor allem von Aufzeichnungen klassischer Musik, stark verringert.

Mit der Umsatzentwicklung wuchs auch das Gesamtangebot an Musikkassetten: von 10 026 (2 804) Titeln Ende 1984 auf 11 166 (2 827) Ende 1992. Währenddessen erhöhte sich das Gesamtangebot an Schallplatten besonderen Inhalts (Singles) von 4 793 auf 5 749 Titel (diese sind bis auf 12 „klassische" Titel ausschließlich der sog. Popmusik zuzurechnen).

Auch in diesen beiden Gruppen folgte die Zahl der Neuveröffentlichungen dem Gesamtangebot: Sie kletterte bei den Musikkassetten von 2 029 (446) auf 3 280 (703) und bei den Singles von 3 006 auf 4 329 (5). In beiden Bereichen sind allerdings in letzter Zeit die Zahlen der Neuveröffentlichungen und des Gesamtangebots insgesamt zurückgegangen.

Der Mengenanstieg bei den Musikkassetten betrug 1992 gegenüber 1984 in der niedrigeren Preisgruppe nach der Kulmination von +93 % in 1991 nur noch +30 % und in der höheren Preisgruppe nach +52 % (1991) nur noch +33 %; der Anteil beider Gruppen am Wertumsatz der Tonträger machte rd. 17 % (1991: 23 %) aus. Die digitalen Tonbänder DAT und die digitale Kompaktkassette DCC sowie die Mini-Kompaktschallplatte MD gehörten 1993 noch nicht zu den bedeutenderen Umsatzträgern.

Angesichts der bereits weit vorangeschrittenen Internationalisierung des — sprachlichen Grenzen nur wenig unterworfenen — Tonträgermarktes ist derzeit von der Realisierung des europäischen Binnenmarktes unmittelbar keine durchgreifende Umsatzbelebung zu erwarten.

Da sich die grenzüberschreitende Musikverbreitung weitgehend auf dem Weg der Übertragung von Nutzungsrechten vollzieht, vermittelt der Außenhandel mit körperlichen Tonträgern nur ein sehr unvollkommenes Bild des Auslandseinflusses. Von einer Wiedergabe der Zahlen für diesen Warenverkehr wird deshalb abgesehen.

Anderes gilt naturgemäß für den Außenwirtschaftsverkehr mit unbespielten Tonträgern. Für den Markt der bespielten Tonträger sind vor allem die Magnetbänder in sog. Audioleerkassetten als Substitut von Bedeutung, weil sie der privaten Aufzeichnung von Hörfunksendungen dienen. Der Inlandsabsatz wird vom Informationskreis Magnetband, einem Zusammenschluß von Herstellern und Importeuren[280]), für 1992 auf 148 Mio. Stück (1984: 90 Mio. Stück) beziffert; dies entspricht einer Spieldauer von 204 Mio. Stunden (1983: 106 Mio. Stunden). Der bisher höchste Jahresabsatz wurde 1991 mit 157 Mio. Stück und der höchste Jahreszuwachs 1990 (+35 Mio. Stück) erzielt. Beide Spitzenergebnisse gehen im wesentlichen auf den Nachholbedarf in den neuen Bundesländern zurück. Einzelheiten der Absatzentwicklung im Zeitraum 1984 bis 1992 sind Tabelle B 128 zu entnehmen. Der durchschnittliche Verbraucherendpreis ist nach Industrieangaben in den Jahren 1985 bis 1993 von etwa 5,00 DM infolge starken Importdrucks auf

[279]) Nach Carl Mahlmann: Struktur des Deutschen Tonträgermarktes: In: Handbuch der Musikwirtschaft (siehe Fußnote 270), S. 79—102, hier S. 89 ff. Die Aussage bezieht sich auf den Zeitraum 1980 bis 1990.

[280]) Dies sind BASF, Fuji, Hitachi, JVC, 3M, Maxwell, Panasonic, Sony und TDK.

Tabelle B 128:

Absatzentwicklung von Audioleerkassetten 1984 bis 1992

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Absatz in Mio. Stück	90	90	92	97	105	110	145	157	148
Spieldauer in Mio. Stunden ..	110	110	124	130	142,8	150,7	198,7	215	204

Quelle: Informationskreis Magnetband.

Tabelle B 129:

Außenhandel mit Magnetband ohne Aufzeichnung (bis 6,5 mm)*) 1984 bis 1992 — in Mio. DM[1]) —

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Export	360	388	344	310	351	358	336	385	325
Import	266	329	324	272	340	413	437	480	320
Saldo	94	59	20	39	11	–55	–101	–94	5

*) Warengruppe Nr. 8523 11 002 + 8523 11 004 + 8523 11 006 + 8523 12.
[1]) Differenzen sind rundungsbedingt.
Quelle: Statistisches Bundesamt, Fachserie 7, Reihe 2; daneben Berechnungen des ifo-Instituts (für die Jahre 1984 bis 1988) sowie eigene Berechnungen (vgl. K.H. Brodbeck/M. Hummel unter Mitarbeit von M. Breitenacher und W. Meyerhöfer: Musikwirtschaft. In: ifo-Studien zu Kultur und Wirtschaft, Heft 5/91, S. 55).

3,00 DM gesunken (C-90-Chrombänder). Über die Entwicklung des Außenhandels mit Magnetband ohne Aufzeichnung im Zeitraum 1984 bis 1992 gibt Tabelle B 129 Auskunft.

3.3 Struktur der Anbieterseite

Der bereits im Medienbericht 1985[281]) herausgestellte hohe Konzentrationsgrad des Angebots an Tonträgern hat weiter zugenommen. So wurden, um nur bedeutendere Vorgänge zu erwähnen, 1986/87 RCA und 1989 Miller von Bertelsmann, 1988 CBS-Music von Sony und Teldec von Time/Warner, 1989 Chrysalis und 1992 Virgin von Thorn EMI sowie 1990 A & M und 1991 Decca von Philips übernommen.[282]) Auf die fünf größten Anbieter, ausnahmslos Tochtergesellschaften international tätiger Konzerne mit Weltmarktanteilen von je mehr als 10 % (sog. Majors), entfielen über zwei Drittel des Weltumsatzes mit bespielten Tonträgern.

Zu diesen Anbietern[283]) gehörten:
- o die Bertelsmann-Gruppe mit u.a. BMG Ariola Hamburg und Miller International in Quickborn,
- o der niederländische Philips-Konzern, dessen Tochter PolyGram in Hamburg mit mehreren Enkelgesellschaften auf dem deutschen Markt vertreten ist (u.a. Polydor, Phonogram, Metronome Musik, Karussell Musik & Video, Deutsche Grammophon — alle in Hamburg),
- o die japanische Sony-Gruppe, die in Deutschland mit Sony Music Entertainment (Germany) in Frankfurt/Main (vormals CBS-Schallplatten) operiert,
- o der britische Elektronik-Konzern Thorn EMI mit der deutschen Tochter EMI Electrola in Köln,
- o der amerikanische Medienkonzern Time/Warner mit den deutschen Töchtern WEA Musik und Teldec Schallplatten, beide in Hamburg.

Diese fünf Großkonzerne, von denen dem wirtschaftlichen Schwerpunkt nach zwei der Geräteindustrie[284]) und drei den Medien zuzurechnen sind, hielten Ende 1991 am Weltmarkt sowie 1989 am deutschen Markt für Tonträger nach Angaben in der Fachliteratur folgende Anteile (in %):

	Weltmarkt[285])	deutscher Markt[286])
Time Warner	20	17
Sony (CBS)	18	9,2
Philips (Polygram)	16	22
Thorn EMI	15	13
Bertelsmann	14	21

Die Töchter haben insbesondere für die Produktion eines Repertoires zu sorgen, das den spezifischen Nachfragegegebenheiten ihres Sprach- und Kulturraumes entspricht. Ferner obliegt es ihnen, den regional absetzbaren Teil aus den Angeboten der Mutterfirma und der Schwesterunternehmen zu vermarkten.

Die Literaturangaben über die Anzahl der Tonträgerhersteller in Deutschland schwanken zwischen 423, die durch Anschriften belegt sind[287]), und „über

[281]) BT-Drs. 10/5663, S. 76.
[282]) Nach Monti Lüftner: Weltmusikmarkt. In: Handbuch der Musikwirtschaft (siehe Fußnote 270), S. 23.
[283]) Die in der Aufstellung erwähnten deutschen Tochtergesellschaften werden alle in der Rechtsform der Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) geführt.
[284]) Ein weiteres Beispiel für die Expansion eines großen Geräteherstellers in die künstlerischen, repertoiremäßigen und programmlichen Komplementärbereiche seiner Produktpalette stellt der 1990 für über 6 Mrd. US-Dollar getätigte Erwerb von MCA/Geffen Records durch die japanische Firma Matsushita dar.
[285]) Vgl. Christoph Schmidt: Organisation der Majors. In: Handbuch der Musikwirtschaft (siehe Fußnote 270), S. 103—109, hier S. 104.
[286]) Vgl. Musik, Heft 916/90 und Berechnungen des ifo-Instituts, zitiert nach: K.H. Brodbeck/M. Hummel unter Mitarbeit von M. Breitenacher und W. Meyerhöfer: Musikwirtschaft. In: ifo-Studien zu Kultur und Wirtschaft, Heft 5/91, S. 45.
[287]) Deutscher Musikrat: Musik-Almanach 1990/91. Regensburg 1989, S. 646—659.

600"[288]). Wie im herkömmlichen Verlagswesen ist auch hier nicht der Anteil der selbst erbrachten Leistung, sondern das Eigentum an den Vervielfältigungs- und Verwertungsrechten der maßgebliche Faktor. Nur wenige dieser Hersteller vervielfältigen und verbreiten ihre Produkte ohne weitgehende Inanspruchnahme von Fremdleistungen. Anders als die im urheberrechtlichen Sinne schöpferischen Herstellungsleistungen bzw. als die Art und Weise der ersten Markteinführung — der sog. Promotion über Rundfunksender, Diskotheken und sonstige direkte Publikumszugänge mit Breitenwirkung — entscheiden die mehr oder minder standardisierten Abläufe in der technischen Vervielfältigung und in der Distribution an die Verkaufsstellen normalerweise nicht über den Absatzerfolg. Da die zwei letztgenannten Funktionsbereiche also wettbewerbsneutral sind, können dort sogar Kooperationen zwischen Großkonzernen (Majors) auf regionaler Basis sinnvoll sein.

3.4 Vertrieb

Die Zahl der 1991/92 in Deutschland vorhandenen Verkaufsstellen für Tonträger ist nicht genau bekannt. Sie wird von einem Fachautor auf etwa 5 000, von zwei anderen auf etwas über 7 500 geschätzt.[289]) Mitte der siebziger Jahre soll sie rd. 15 000 betragen haben.

Die Verkaufsstellen werden vom Großhandel, zum Teil auch direkt von Vertriebsorganisationen der Tonträgerhersteller sowie von Regalhändlern (sog. Rackjobbern) bzw. von sonstigen Organisationen betreut. 1991/92 zeigte die Abnehmerseite der Majors folgende Umsatzstruktur:[290])

Facheinzelhandel	29 %
Großhandel	12 %
Regalhandel	17 %
Warenhäuser	32 %
sonstige	10 %
	100 %

Welche Bedeutung die Buch- und Schallplattenclubs und der Versandhandel als direkte Belieferer des Endverbrauchers im Tonträgervertrieb in den Jahren 1984 bis 1992 besaßen, wird aus Tabelle B 125 ersichtlich.

[288]) Peter Zombick: Einführung in den Tonträgermarkt. In: Archiv für Kulturpolitik (ARCULT) beim Zentrum für Kulturforschung (Hrsg.): kultur & wissenschaft, Band 9, Bonn 1991, S. 74.

[289]) Vgl. Christoph Schmidt (Organisation der Majors, S. 107), der 5 000 Stellen annimmt, sowie Uwe Lencher und Bodo Bochnig (Vertriebsstrukturen und Situation des Handels. In: Handbuch der Musikwirtschaft (siehe Fußnote 270), S. 137—151, hier S. 143, die von mehr als 7 500 Stellen ausgehen.

[290]) Christoph Schmidt, Organisation der Majors, S. 107.

C. Infrastrukturelle Voraussetzungen der Massenkommunikation und elektronische Telekommunikationsdienste

I. Terrestrische Sender und Sendernetze

In der Bundesrepublik Deutschland werden gegenwärtig drei verschiedene Wege zur Verbreitung von Rundfunkprogrammen genutzt:

○ die terrestrische Ausstrahlung,

○ die Abstrahlung über Fernmelde- bzw. Rundfunksatelliten sowie

○ die Verteilung über Kabelnetze (Breitbandverteilnetze (BVN) der Telekom, Gemeinschaftsantennen-Anlagen (GA); Einspeisung i. d. R. über Satellit, teilweise auch über terrestrische Sender).

Hörfunksender strahlen Programme mit Hilfe elektromagnetischer Wellen in den Frequenzbereichen

○ Langwelle (LW) 148,5 bis 283,5 kHz,

○ Mittelwelle (MW) 526,5 bis 1606,5 kHz,

○ Kurzwelle (KW) Teilbereiche zwischen 3950 und 26100 kHz,

○ Ultrakurzwelle (UKW) 87,5 bis 108 MHz,

aus; Fernsehsender senden in den Bereichen

○ I und III 47 bis 68 MHz und 174 bis 230 MHz,

○ IV/V 470 bis 790 MHz.

Die technische Reichweite eines Senders — also die Region, in der das abgestrahlte Programm mit Hilfe einer terrestrischen Antenne empfangen werden kann — wird von der Ausbreitung der elektromagnetischen Wellen bestimmt, die von mehreren Faktoren, z. B. der Topographie des Geländes oder der Sendeleistung des Senders, abhängt. Um die bundesweite Versorgung mit einem bestimmten Fernsehprogramm zu sichern, ist deshalb ein Sendernetz aus einer Vielzahl von Einzelsendern erforderlich.

In der Bundesrepublik Deutschland war die Veranstaltung von Rundfunksendungen bis zur Einführung des privaten Rundfunks im Jahre 1984[1]) eine ausschließlich öffentliche Aufgabe. Dementsprechend liegt die Einrichtung einer geeigneten Infrastruktur für die Grundversorgung mit den öffentlich-rechtlichen Programmen in der Zuständigkeit des Bundes.[2]) Die weitestgehend flächendeckende Sicherung des Empfangs der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme über terrestrische Sender ist nach wie vor ein wesentlicher medienpolitischer Grundsatz in Deutschland.

Seit Inkrafttreten des Rundfunkstaatsvertrags zum 1. Dezember 1987 (Neufassung: Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991)[3]) gelten in der Bundesrepublik Deutschland einheitliche Grundbestimmungen für die Zulassung privater Programmveranstalter durch die Landesmedienanstalten. Die steigende Zahl der Programmanbieter erforderte den Aufbau einer neuen sendetechnischen Infrastruktur, da der Bedarf durch terrestrische Sender angesichts einer begrenzten Zahl von Sendefrequenzen nicht mehr abgedeckt werden konnte.

[1]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.1.

[2]) Art. 73 Nr. 7 GG.

[3]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.1.2.

1 Ordnungspolitische Rahmenbedingungen

1.1 Gesetz über Fernmeldeanlagen (FAG)

Rechtliche Grundlage für die bundeshoheitliche Regulierung der technischen Infrastruktur der Massen- und der Individualkommunikation ist das Gesetz über Fernmeldeanlagen (FAG).[4]) In § 1 ist das dem Bund zugesprochene Funkanlagenmonopol verankert, das die Bereitstellung von Rundfunkinfrastruktur einschließt: „Das Recht, Fernmeldeanlagen, nämlich Telegrafenanlagen für die Vermittlung von Nachrichten, Fernsprechanlagen und Funkanlagen zu errichten und zu betreiben, steht dem Bund zu."

Bis zur Poststrukturreform am 1. Juli 1989 wurde das deutsche Sendernetz als Bundessondervermögen von der Deutschen Bundespost (DBP) betrieben. Mit der Trennung von hoheitlichen Aufgaben — heute vom Bundesministerium für Post und Telekommunikation wahrgenommen — und betrieblichen Aufgaben — aufgeteilt auf die DBP Postdienst, die DBP Postbank und die DBP Telekom — wurde das FAG an die neue Situation angepaßt. Das genannte Recht steht seither dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation zu, die Befugnis zur Ausübung dieses Rechts aber wurde auf die DBP Telekom übertragen.

1.2 Rechtsverleihung für den Sendebetrieb

Die Gesetzgebungskompetenz des Bundes für das Fernmeldewesen ist in Art. 73 Nr. 7 GG geregelt. Der Bund — hierin vertreten durch das Bundesministerium für Post und Telekommunikation — hat das Recht, die Errichtung und den Betrieb von Funkanlagen anderen zu übertragen. So dürfen die öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten, die sich in der ARD zusammengeschlossen haben, ihre historisch entstandene sendetechnische Infrastruktur für die Ausstrahlung des gemeinsamen Ersten Programms in den alten Bundesländern aufgrund der Rechtsverleihung heute selbst betreiben.[5]) Alle Dritten Fernseh-

[4]) In der Neufassung vom 3. Juli 1989. In: BGBl. I vom 21. Juli 1989, S. 1455.

[5]) BVerfGE 12, 205, 239 — sog. 1. Rundfunkurteil vom 28. Februar 1961; vgl. hierzu Kapitel C.I.3.1.

programme der ARD dagegen werden ausschließlich über Sender der DBP Telekom verbreitet.

In den neuen Bundesländern ist die DBP Telekom für die Bereitstellung der kompletten sendetechnischen Infrastruktur zuständig, die für die Ausstrahlung von Fernsehprogrammen genutzt wird.[6])

Der Anteil der DBP Telekom an der in Deutschland betriebenen sendetechnischen Infrastruktur für den Gesamtbereich Fernsehen und Hörfunk liegt in den alten Bundesländern bei ca. 65,5 %, in ganz Deutschland bei ca. 68,7 %. Der restliche Anteil wird von den ARD-eigenen Sendern in den alten Bundesländern abgedeckt.[7])

1.3 Deutschlandradio

Mit dem Gesetz über die Neuordnung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts und des RIAS Berlin (Rundfunkneuordnungsgesetz) vom 20. Dezember 1993 hat das Parlament dem am 17. Juni 1993 unterzeichneten Staatsvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und den Ländern über die Überleitung von Rechten und Pflichten des Deutschlandfunks und des RIAS Berlin auf die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" — Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag — zugestimmt.[8])

Damit endete die Tätigkeit der gemeinnützigen Anstalt des öffentlichen Rechts mit dem Namen „Deutschlandfunk" als Rundfunkanstalt des Bundesrechts zum 31. Dezember 1993; sie wurde in die von den Ländern errichtete rechtsfähige Körperschaft des öffentlichen Rechts zur Veranstaltung bundesweiten Hörfunks übergeleitet.

Gemäß Art. 6 des genannten Staatsvertrages übernahm die Körperschaft sämtliche dem Deutschlandfunk und RIAS 1 zum 1. Juli 1991 zugewiesenen Frequenzen. Weiterhin ist geregelt, daß das Bundesministerium für Post und Telekommunikation der Körperschaft auf Antrag unbefristet die Befugnis verleiht, für alle ihr bisher und zukünftig zugewiesenen Frequenzen zur Veranstaltung bundesweiten Hörfunks im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrages die Sender in eigener Netzträgerschaft zu betreiben.

Unabhängig vom Einzelfall „Deutschlandradio" wird die Bundesregierung bei der erforderlichen Ablösung des FAG durch ein Telekommunikationsgesetz prüfen, ob das bestehende Netzmonopol bei Sendern für die Rundfunkverteilung aufrechterhalten bleiben kann. Dabei wird vor allem die neuere Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zu Art. 90 des Vertrages über die Europäische Gemeinschaft (EGV)[9]) zu beachten sein. Danach ist die Einräumung von Ausschließlichkeitsrechten nicht vollständig dem Ermessen des nationalen Gesetzgebers überlassen. Vielmehr können sich aus der EU-rechtlichen Kontrolle der Ausübung solcher Rechte auch Schlußfolgerungen für die Frage ergeben, inwieweit Monopolpositionen auf bestimmten Märkten überhaupt begründet oder beibehalten werden dürfen.

So hat der Gerichtshof schon mehrfach entschieden, daß ein Mitgliedstaat gegen die Verbote der Art. 90 Abs. 1 und Art. 86 EGV verstößt, wenn das betreffende Unternehmen durch die bloße Ausübung der ihm übertragenen ausschließlichen Rechte seine beherrschende Stellung mißbräuchlich ausnutzt oder wenn durch diese Rechte einem Unternehmen ermöglicht ist, einen solchen Mißbrauch zu begehen. Ein solcher Mißbrauch besteht bereits dann, wenn der Inhaber eines Monopols auf einem bestimmten Markt seine Macht dazu nutzt, ohne objektive Notwendigkeit einen anderen (benachbarten) Markt zu monopolisieren und den Wettbewerb dadurch auszuschalten.

Die Bundesregierung wird bei der Vorbereitung des genannten Gesetzgebungsvorhabens prüfen, inwieweit die hier skizzierte Rechtsprechung für die vom Netzmonopol betroffenen, sachlich relevanten Märkte einschlägig ist.

2 Fernsehsender

Der Aufbau der terrestrischen Fernsehsendernetze für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den alten Bundesländern ist im derzeitigen System weitgehend abgeschlossen. Die Programme von ARD (Erstes Programm sowie Dritte Programme) und ZDF haben heute einen Versorgungsgrad von 99 %, d. h. sie können in 99 % der gesamten Fläche der alten Bundesländer mit terrestrischen Antennen empfangen werden. Das entspricht der Versorgung von 63,5 Mio. Einwohnern.[10])

2.1 Netz für die sendetechnische Grundversorgung

Für die Versorgung mit Fernsehprogrammen haben sowohl die DBP Telekom als auch die ARD Sendernetze aufgebaut. In den alten Bundesländern betreibt die DBP Telekom heute ein flächendeckendes Netz aus 180 Sendern mit großer Leistung (von 10 bis 500 kW) sowie mehr als 5 600 leistungsschwächere „Füllsender" (von 0,1 W bis 10 kW); ihre Aufgabe ist es, Abschattungen in einer von einem leistungsstarken Sender sonst versorgten Region — beispielsweise in bergigem Gelände — sendetechnisch zusätzlich zu versorgen. Neben dem Sendernetz der DBP Telekom unterhält in den alten Bundesländern auch die ARD ein eigenes Netz aus 71 großen Sendern sowie 2 219 Füllsendern für die terrestrische Ausstrahlung des Ersten Programms.

Die Zahl der Lokal- und Regionalsender sowie der Senderketten für die Grundversorgung mit Programmen von ARD und ZDF in ganz Deutschland, aufgeteilt nach Bundesländern, ist den Tabellen C 1 und 2 zu entnehmen.

---

[6]) Vgl. hierzu Kapitel C.IV.
[7]) Stand: Ende 1993.
[8]) BGBl. I, S. 2246; vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.2.4.
[9]) I. d. F. vom 7. Februar 1992.
[10]) Zur Situation in den neuen Bundesländern vgl. Kapitel C.IV.2.1.

Tabelle C 1:

ARD: Erstes Programm

Bundesland	TVU (Fernseh-umsetzer)	GNS (Grundnetz-sender)	Senderzahl
BW	580*)	15*)	595
BY	268*)	14*)	282
BE/BB	10**)	1*)/1**)	12
HB	1*)	1*)	2
HH	—	1*)	1
HE	242*)	8*)	250
RP	505*)	5*)	510
NI	127*)	10*)	137
NW	440*)	9*)	449
MV	8**)	4**)	12
SL	49*)	1*)	50
SN	195*)	4**)	199
ST	28**)	2**)	30
SH	7*)	7*)	14
TH	191*)	2**)	193

*) Betreiber: ARD.
**) Betreiber: DBP Telekom.
Stand: Ende 1993.
Quelle: DBP Telekom.

Tabelle C 2:

ARD-Regionalprogramme und ZDF

Bundesland	TVU (Fernseh-umsetzer)	GNS (Grundnetz-sender)	Senderzahl
BW	1 295	27	1 292
BY	975	46	1 021
BE/BB	7	6	13
HB	2	4	6
HH	5	3	8
HE	533	15	548
RP	1 114	20	1 134
NI	253	20	273
NW	847	27	874
MV	10	7	17
SL	184	2	186
SN	203	9	212
ST	24	2	26
SH	9	15	24
TH	188	4	192

Betreiber: DBP Telekom.
Stand: Ende 1993.
Quelle: DBP Telekom.

2.2 Sendernetz für private Programme

Mit den Landesmediengesetzen und dem länderübergreifenden Rundfunkstaatsvertrag wurde in der Bundesrepublik Deutschland die rechtliche Grundlage für die duale Rundfunkordnung, das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmanbietern, geschaffen.[11]) Die Deutsche Bundespost und seit 1989 die DBP Telekom haben in Entsprechung der veränderten Situation ein Sendernetz für private Programmanbieter geschaffen, dessen Ausbau noch nicht abgeschlossen ist. Heute werden in den alten Bundesländern mit 350 Sendern in den Ballungsgebieten rd. 30 Mio. Bundesbürger mit Programmen privater Fernsehveranstalter erreicht.[12]) In deren Fernsehhaushalten sind mindestens ein, in manchen Städten bis zu fünf Programme zusätzlich zu den öffentlich-rechtlichen Programmen über terrestrische Antennen empfangbar.

Die Zahl der Lokal- und Regionalsender sowie der Senderketten zur Verbreitung privatwirtschaftlicher Fernsehprogramme in ganz Deutschland geht aus Tabelle C 3 hervor.

Tabelle C 3:

Privatsender

Bundesland	Lokalsender	Senderketten	Senderzahl
BW	1	4	25
BY	—	4	37
BE/BB	4	—	—
HB	3	2	4
HH	2	—	—
HE	1	3	20
RP	1	2	8
NI	—	2	44
NW	1	3	38
MV	—	—	—
SL	3	1	2
SN	3	—	—
ST	—	—	—
SH	2	3	27
TH	—	—	—

Betreiber: DBP Telekom.
Stand: Ende 1993.
Quelle: DBP Telekom.

2.3 Frequenzsituation

Die internationalen Frequenzbereichszuweisungen für Rundfunk wurden auf Funkverwaltungskonferenzen (World Administrative Radio Conference/WARC) der Internationalen Fernmeldeunion festgelegt.[13]) Die nationale Frequenzkoordination aller in Deutschland genutzten terrestrischen Funkfrequenzen — sowohl für den Einsatz in der Telekommunikation (Richtfunk und Mobilfunk) als auch im Rundfunkbereich — obliegt dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation; unmittelbar zuständig ist das dem Ministerium unterstellte Bundesamt für Post und Telekommunikation (BAPT) in Mainz. Die

[11]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.1.1.
[12]) Stand: Ende 1993.
[13]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.6.

jeweilige medienrechtliche Zuweisung von terrestrischen Frequenzen an die Programmanbieter erfolgt durch das zuständige Land nach dem länderhoheitlich geregelten Medienrecht.

Die terrestrisch verfügbaren Fernsehfrequenzen sind mit dem bestehenden Sendernetz in den alten Bundesländern ausgeschöpft. Ein Zugang zu neuen Frequenzen für die terrestrische Programmverteilung im Rundfunkbereich zeichnet sich für die nächsten Jahre nicht ab, so daß ein weiterer Ausbau der bestehenden Sendeinfrastruktur nicht zu erwarten ist. Allerdings könnten durch die Digitalisierung der Übertragung in der terrestrischen Programmverteilung ohne neue Frequenzen weitere Kapazitäten zur Übertragung von Rundfunkprogrammen entstehen.[14])

3 Hörfunksender

Terrestrische Hörfunksender strahlen Programme mit Hilfe elektromagnetischer Wellen in vier verschiedenen, weltweit festgelegten Frequenzbändern aus, die über die medienrechtlichen Bestimmungen der Länder einzelnen Programmanbietern zugewiesen sind.[15])

Die Hörfunksender lassen sich zwei Kategorien zuordnen: reine Lokalsender und landesweite Senderketten.

3.1 Ultrakurzwelle (UKW)

Die Zahl der UKW-Hörfunksender stieg im Laufe des letzten Jahrzehnts ganz erheblich an. Die ARD-Anstalten verbreiten ihre Hörfunkprogramme wie ihre Fernsehprogramme über eigene Sender. Nach dem sog. 1. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts vom 22. Februar 1961 sind sie hierzu befugt.[16]) Zwar bestätigt das Urteil, das Recht, Rundfunksender zu errichten und zu betreiben, liege beim Bund; zugleich aber stellt es fest, daß es — unter Berücksichtigung der historischen Entwicklung im Bereich des Rundfunks seit 1945 — dem Postulat bundesfreundlichen Verhaltens, das sich an Bund und Länder gleichermaßen wendet, widersprechen würde, wenn der Bund nunmehr unter Berufung auf seine Monopolrechte auf eine Beendigung des Senderbetriebs durch die ARD-Anstalten bestehen würde. Dies ist sozusagen eine besitzstandswahrende Regelung für den Senderbetrieb durch die ARD-Anstalten (bezogen auf den Bestand zum Zeitpunkt der bundesverfassungsgerichtlichen Entscheidung). An einigen Standorten kommt es zweckmäßigerweise zu einer Aufgabenteilung beim Senderbetrieb zwischen ARD und DBP Telekom.

Ende 1993 standen den Rundfunkanstalten der Länder für die Hörfunkprogramm-Verteilung im UKW-Bereich, aufgeteilt nach Bundesländern, Senderketten gemäß Tabelle C 4 zur Verfügung:

Tabelle C 4:

Hörfunkprogramm-Verteilung nach Bundesländern

Bundesland	Anstalt	Senderketten	Summe Sender	Sender für Deutschlandradio
BW	SDR/SWF	4/4	75/69	3
BY	BR	5	155	4
BE/BB	ORB/SFB	4/3[2])	21[1])/3	1/(3)[1])
HB	RB	4	8	2
HH	NDR	5	5	1
HE	HR	4	43	—
RP	SWF	4	67	1
NI	NDR	5	65	5
NW	WDR	5	79	2
MV	NDR	5	3[1])	3[1])
SL	SR	3	16	—
SN	MDR	3	19[1])	5[1])
ST	MDR	3	11[1])	2[1])
SH	NDR	5	33	4
TH	MDR	3	16[1])	3[1])

[1]) Betreiber: DBP Telekom.

[2]) In Berlin und Brandenburg werden zwei Programme vom ORB und SFB („Fritz" und „B2 Radio") gemeinsam gestaltet. Das Programm B2 Radio des SFB wird in Brandenburg über eine Senderkette des ORB abgestrahlt.

Quelle: DBP Telekom.

Daneben gibt es in Deutschland für private Programmanbieter, aufgeteilt nach Bundesländern, Lokalsender, Regionalsender und Senderketten im UKW-Bereich, die von der DBP Telekom betrieben werden (vgl. Tabelle C 5).

3.2 Kurzwelle (KW)

Über Kurzwelle (KW) strahlt der Auslandsrundfunk der Bundesrepublik Deutschland, die Deutsche Welle (DW), seine Programme in nahezu alle Länder der Erde aus. Als Vertragsleistung stellt die DBP Telekom außerdem Sendekapazität für den US-amerikanischen Sender Voice of America zur Verfügung; dies beansprucht rd. 15 % der vorhandenen KW-Sendekapazität. Daneben betreiben vier Landesrundfunkanstalten je einen Kurzwellensender zur Abstrahlung ihrer Programme. Die DBP Telekom unterhielt Ende 1993 vier KW-Sendestandorte in den Bundesländern Bayern, Brandenburg (2) und Nordrhein-Westfalen.

3.3 Mittelwelle (MW)

Im Bereich der Mittelwelle (MW) verbreiten die öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten in den

[14]) Vgl. hierzu Kapitel C.V.3.1.

[15]) Zu den einzelnen Frequenzbereichen vgl. Kapitel C.I.

[16]) BVerfGE 12, 205, 239 f.

Tabelle C 5:

Senderketten für private Programmanbieter

Bundesland	Lokalsender	Regionalsender	Senderketten	Summe: Sender in der Kette
BW	29[1])	27	—	—
BY	137	—	1	28
BE/BB	6	1	2 (im Aufbau)	5
HB	—	—	—	—
HH	3	3	2	2
HE	—	—	1	14
RP	8[2])	—	2	19
NI	—	—	2	29
NW	99	—	—	—
MV	—	—	2 (im Aufbau)	6
SL	—	—	2	6
SN	7	—	2	11
ST	—	—	2	12
SH	1	—	2	16
TH	—	—	2 (im Aufbau)	9

[1]) Inkl. einer Frequenz für die Hockenheimring GmbH.
[2]) Inkl. einer Frequenz für die Nürburgring GmbH.
Stand: Ende 1993.
Quelle: DBP Telekom.

alten Bundesländern ihre Programme über anstaltseigene Sender.

Sender der DBP Telekom werden für die Abstrahlungen der Programme des Deutschlandradios und der öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten in den neuen Bundesländern sowie in einem Einzelfall (Stuttgart) von den in Deutschland stationierten Gaststreitkräften genutzt.

MW-Sender sind i. d. R. leistungsstark, aber auch teuer im Betrieb. Zudem mangelt es der MW aufgrund der gegenüber der UKW geringeren Wiedergabequalität an Hörerakzeptanz. Aus diesen Gründen wurden über MW bisher keine Programme privater Anbieter ausgestrahlt. Seit dem 1. November 1993 jedoch läuft im Berliner Raum ein einjähriger Versuch, mit dem die Nutzungsmöglichkeiten der MW mit drei privaten Anbietern (Radioropa, Star*Sat Radio und RTL Oldie) getestet werden sollen.

Eine Übersicht über die in Betrieb befindlichen Sender der DBP Telekom im MW-Bereich, aufgeteilt nach Bundesländern, gibt Tabelle C 6.

3.4 Langwelle (LW)

Im Langwellen(LW)-Bereich betreibt die DBP Telekom in den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern, Brandenburg und Sachsen-Anhalt vier Sender. In diesem Frequenzbereich haben bis Ende 1993 landesweit der Deutschlandfunk und DS Kultur ihre Programme ausgestrahlt. Der Sender in Sachsen-Anhalt sendete für die Westgruppe der Streitkräfte der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) mit Programmanteilen von Radioropa.

4 Zusatzdienste über terrestrische Rundfunksender

Einige neu entwickelte Dienste nutzen die Tatsache, daß die Übertragung des Rundfunksignals auf einer bestimmten Frequenz die Übertragungskapazität nicht völlig ausschöpft. Diese Restkapazitäten ermöglichen die Übertragung von zusätzlichen Signalen.

4.1 Radio-Daten-System (RDS)

Das Radio-Daten-System (RDS) ist ein digitaler Zusatzdienst für den mobilen Rundfunkempfang (Autoradio) von Programmanbietern im UKW-Sendebereich, der über einen 57-kHz-Hilfsträger zusätzlich zum normalen Sendesignal ausgestrahlt wird. Wählt man in einem RDS-Empfänger ein UKW-Programm, erscheint auf dem Display des PKW- oder Heimempfängers der Name des Programms. Wird bei mobilem Empfang die Qualität des eingestellten Senders schlechter, schaltet sich der Empfänger im PKW auf eine besser empfangbare Frequenz mit demselben Programm um.

Die über RDS übertragenen Daten bleiben aber nicht auf die automatische Optimierung der Empfangsqualität im PKW beschränkt. Mit dem Zusatzservice EON (Enhanced Other Networks) wird beim Empfang eines Programms ohne Verkehrsfunk sowie bei Bedarf automatisch auf Verkehrsfunkdurchsagen im Verkehrsfunkprogramm des gleichen Anbieters umgeschaltet. Ein weiterer Service ist die Programmartenkennung, Programtype (PTY) genannt. Sie gibt auf dem Display an, ob der Sender vorwiegend z. B. klassische Musik, Popmusik, Nachrichten oder Sport ausstrahlt.

Am 1. März 1993 starteten die Landesrundfunkanstalten WDR und SWF in Nordrhein-Westfalen einen Feldversuch unter der Bezeichnung „Bessere Verkehrsinformationen" (BEVEI). Hierbei wird RDS mit dem Traffic Message Channel (TMC) kombiniert: TMC mißt über Induktionsschleifen in der Testphase auf einer Strecke von 460 km im Raum Köln/Düsseldorf das Verkehrsaufkommen und leitet diese Information an einen Rechner weiter. Die Landesmeldestelle informiert sofort die Verkehrsfunkredaktionen des WDR und des SWF, die diese Nachricht — über RDS digitalisiert — praktisch ohne Zeitverzug und ohne Unterbrechung des Hörfunkprogramms aussenden. Mit entsprechenden RDS/TMC-Empfängern ist es möglich, diese Nachrichten hörbar wiederzugeben.

Grundsätzlich lassen sich über das RDS-Signal zahlreiche Informationen übertragen. Unterschiedliche Applikationen befinden sich derzeit in Entwicklung. Solche Datendienste lassen sich als Unterträger ohne

Tabelle C 6:

Anzahl der MW-Sender

Bundesland	DBP Telekom	ARD
BW	2	9
BY	1	7
BE/BB	3	4
HB	—	1
HH	—	1
HE	1	3
RP	—	1
NI	1	3
NW	1	4
MV	4	—
SL	—	1
SN	4	—
ST	1	—
SH	1	1
TH	2	—

Stand: Ende 1993.
Quelle: DBP Telekom.

zusätzlichen Frequenzbedarf betreiben. Die gleiche Übertragungstechnik wird auch für die mobile Datenübertragung im RDS-Paging für die interpersonelle Kommunikation genutzt.

4.2 Radio-Paging

Auch Radio-Paging — die Möglichkeit, numerische oder alphanumerische Daten von einem Sender ohne Rückkanal zu einem Empfänger zu übertragen — wird als Unterträger mit dem Rundfunksignal ausgestrahlt. Die DBP Telekom-Tochter DeTex baut diesen Telekommunikationsdienst derzeit in Darmstadt auf; er soll vor allem zur Versorgung der neuen Länder mit einem flächendeckend verfügbaren Funkrufdienst dienen.

4.3 Videotext

Videotext wird als kostenloser Dienst der Programmveranstalter in der vertikalen Austastlücke zusammen mit dem Fernsehsignal übertragen. Zum Empfang von Videotext ist ein Zusatzgerät (Videotextdecoder) erforderlich, das heute praktisch zur Standardausstattung von Fernsehgeräten gehört.

Mit Videotext kann man Text und Grafik übertragen; die technische Qualität der Darstellung sowie die Zugriffsmodalitäten wurden laufend verbessert. Dieses Informationssystem wurde in Großbritannien ursprünglich für die Untertitelung von Fernsehsendungen für Hörgeschädigte entwickelt. Heute liefert Videotext auch Kurzinformationen aus Politik und Wirtschaft sowie Lebenshilfe in unterschiedlichen Bereichen. Darüber hinaus dient es auch als Programmierhilfe für Videorekorder (VPT). Videotextinformationen können innerhalb kürzester Zeit aktualisiert werden. Private Programmanbieter nutzen Videotext auch als Werbeträger.

II. Breitbandverteildienste in den alten Bundesländern

1 Ordnungspolitische Rahmenbedingungen

Maßgeblich für eine forcierte und großflächige Versorgung der Bundesrepublik Deutschland mit Breitbandverteilnetzen (BVN) durch die Deutsche Bundespost waren die Regierungserklärungen der Bundesregierung vom 13. Oktober 1982 und vom 4. Mai 1983. Bereits 1983 kündigte die Bundesregierung ein umfassendes Konzept zur Förderung der Entwicklung der Mikroelektronik sowie der Informations- und Kommunikationstechniken an. Dabei hat sie die besondere Bedeutung einer bundesweiten technischen Infrastruktur für Fernsehverteilnetze hervorgehoben, deren Aufbau der Deutschen Bundespost gemeinsam mit privaten Investoren zugewiesen wurde.

Nach der Trennung von hoheitlichen und betrieblichen Aufgaben am 1. Juli 1989 gingen Ausbau und Betrieb der BVN an die DBP Telekom über.

Der Aufbau von BVN ist heute eine Leistung, die die DBP Telekom als „Bereitstellung von Übertragungswegen" im Monopol des Bundes erbringt. Die Dienstleistung „Kabelanschluß" wird von der DBP Telekom jedoch im Wettbewerb erbracht. Die DBP Telekom ist im Rahmen der ihr übertragenen Befugnisse zur Ausübung des Netzmonopols des Bundes für Dritte gehalten, so bald wie möglich in bedarfsgerechtem Umfang auch Übertragungswege im Bereich von 47 bis 450 MHz nutzungsneutral, transparent und speziell tarifiert für Dritte bereitzustellen. Für den Aufbau der Koaxialkabelnetze zur Verteilung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen gilt die „Gemeinsame Erklärung zwischen der Deutschen Bundespost und dem Handwerk" vom 15. Juni 1984. In dieser sog. Handwerker-Erklärung wurde vereinbart, daß private Firmen die Hausverkabelung eines BVN-Anschlusses vornehmen.

Die Liberalisierung bei der Errichtung privater Gemeinschaftsantennennetze hat das Bundesministerium für Post und Telekommunikation durch die Erleichterung der Genehmigung weiter vorangetrieben. Über die Lockerung der diesbezüglichen Bestimmungen hinaus wird die Bundesregierung prüfen, ob aufgrund der Wettbewerbsregeln des EG-Vertrages das Netzmonopol bei BVN Bestand haben kann.

2 Ausbaustand und Ausbauplanung

2.1 Breitbandverteilnetze (BVN) der DBP Telekom

Das von der Bundesregierung im Jahre 1983 angekündigte Vorhaben, über BVN eine technische Infrastruktur für mehr Programm- und Informationsvielfalt zu schaffen, hat die DBP Telekom in der Folge konsequent durchgesetzt.

Tabelle C 7:

An BVN der DBP Telekom angeschlossene Haushalte 1983 bis 1993[1]) — alte Bundesländer —

Jahr	anschließbar[2])	angeschlossen[2])
1983	1,8	0,6
1984	2,9	1,0
1985	4,7	2,5
1986	6,8	2,3
1987	8,9	3,2
1988	11,7	4,6
1989	14,1	6,3
1990	15,9	8,1
1991	17,5	9,8
1992	18,8	11,4
1993	19,9	12,6

[1]) Stand: jeweils Dezember.
[2]) In Mio. Wohnungen.
Quelle: DBP Telekom.

Seit 1983 erfolgt der Ausbau der Netze in Kupfer-Koaxialtechnik, zunächst mit einer Bandbreite von 300 MHz entsprechend der deutschen Übertragungsnorm. Seit 1988 wurden neue Netze errichtet; die zwölf Kanäle arbeiten im Frequenzbereich von 300 bis 450 MHz. Dieses sog. Hyperband ist u. a. für die Erprobung neuer Übertragungsverfahren vorgesehen und wird Zug um Zug auch in den älteren Kabelnetzen implementiert. Die Umrüstung soll zum Jahresende 1994 abgeschlossen sein.

Ende 1992 unterhielt die DBP Telekom in den alten Bundesländern rd. 1 300 BVN. Dadurch waren dort zum genannten Zeitpunkt etwa 70 % der Haushalte mit dem Breitbandverteildienst der DBP Telekom versorgt, d. h. über 18,81 Mio. (von insgesamt etwa 27 Mio.) Haushalten stand ein Anschluß an ein BVN offen. Von diesen waren Ende 1992 schon 60,5 % — also knapp 11,4 Mio. Haushalte — an ein BVN der DBP Telekom angeschlossen (Anschlußdichte). Im ersten Quartal 1994 lag der Versorgungsgrad in den alten Bundesländern bei 74,5 % und der Anteil der tatsächlich angeschlossenen Haushalte belief sich auf 64,3 %.

Die DBP Telekom wird auch in den nächsten Jahren die BVN weiter ausbauen. Nachdem aber inzwischen weiten Teilen der Bevölkerung der Anschluß an das Netz möglich ist, rücken Wirtschaftlichkeitsüberlegungen sowie neue Anwendungen in den Mittelpunkt der Ausbauplanungen. Angesichts des Eigenwirtschaftlichkeitsgebots wird der Endausbau in den alten Bundesländern mit einer Kabelanschlußversorgung von fast 80 % der Haushalte 1995 im wesentlichen erreicht sein.

Die Teilnehmerentwicklung bei Kabelanschlüssen im Laufe der letzten Jahre, nach Bundesländern aufgeteilt, geht aus den Tabellen C 7 und 8 hervor.[17])

2.2 Private Kabelnetzbetreiber

Seit 1986 werden in Deutschland auch private Kabelnetze aufgebaut. Waren früher diese Netze auf maximal 10 000 Teilnehmer sowie auf Reichweiten innerhalb von Gemeinden begrenzt, so hat man diese Beschränkungen 1991 aufgehoben.[18])

Bisher wurden zwei Typen von privaten Netzen unterschieden: Satellitenverteilnetze und Gemeinschaftsantennen-Anlagen (GA). Der Aufbau von Satellitenverteilnetzen bedurfte keiner besonderen Genehmigung; er war — unabhängig von der Größe

[17]) Neue Bundesländer vgl. Kapitel C.IV.4.
[18]) Verfügung 220/1991. In: Amtsbl. des BMPT 57/91.

Tabelle C 8:

Bestandsdaten Kabelanschluß — alte Bundesländer —

Bundesland	Wohnungen gesamt	Wohnungen anschließbar	Versorgungsgrad in %	Wohnungen angeschlossen	Anschlußdichte in %
BW	3 855 000	2 772 000	71,9	1 893 000	68,2
BY	4 589 000	3 279 000	71,4	2 137 000	65,1
BE (inkl. BE-O)	1 714 000	1 380 000	80,5	972 000	70,4
HB	342 000	340 000	99,4	209 000	61,4
HH	805 000	804 000	99,8	495 000	61,5
HE	2 363 000	1 623 000	68,6	1 117 000	68,8
NI	2 961 000	2 179 000	73,5	1 372 000	62,9
NW	7 229 000	5 533 000	76,5	3 364 000	60,7
RP	1 516 000	1 003 000	66,1	661 000	65,9
SL	438 000	267 000	60,9	185 000	69,2
SH	1 128 000	923 000	81,8	528 000	57,2
insgesamt	ca. 27,0 Mio.	20 103 000	74,5	12 933 000	64,3

Stand: 31. März 1994.
Quelle: DBP Telekom.

des Netzes — ebenso wie der Einzelempfang allgemein freigegeben.

Im Gegensatz dazu war für das Errichten und Betreiben von GA ab drei Wohneinheiten eine Einzelgenehmigung durch das BAPT notwendig. Die genehmigungsrechtlichen Regelungen hat das zuständige Ministerium überarbeitet und am 12. Januar 1994 in der Neufassung veröffentlicht.[19]) Nunmehr werden alle Verteilnetze für Rundfunksignale als Empfangs- und Verteilanlagen für Rundfunksignale (EVA) genehmigungspflichtig gleich behandelt. Das Errichten und Betreiben von EVA auf mehreren zusammenhängenden Grundstücken ohne Inanspruchnahme öffentlicher Wege und Plätze bis zu 25 Wohneinheiten oder auf einem Grundstück ist allgemein genehmigt. Für das Errichten und Betreiben von EVA mit Inanspruchnahme öffentlicher Wege und Plätze ist immer eine Einzelgenehmigung vom BAPT einzuholen. Die Genehmigung wird nur dann erteilt, wenn die EVA sich nicht in Ausbaugebieten der DBP Telekom befinden und diese die Übertragungswege nicht innerhalb bestimmter Fristen bereitstellen kann.

Zahlen darüber, wieviele Haushalte an private Kabelnetze angeschlossen sind, liegen nicht vor.

2.3 Programmzuführung und Programmbelegung

Die Programmbelegungen von terrestrischen Sendern, Rundfunksatelliten und BVN werden nach den jeweiligen landesrechtlichen Regelungen festgelegt. In den BVN ist die Übertragung einer unterschiedlichen Zahl von Programmen möglich. In den Kabelnetzen der DBP Telekom sowie in Kabelnetzen großer privater Kabelgesellschaften lassen sich bis zu 38 Fernseh- und 46 Hörfunkprogramme, davon 30 in UKW-Qualität (Stereo) und 16 DSR-Programme[20]) übertragen. Es bestehen aber auch kleine lokale Gemeinschaftsantennennetze, mit denen nur wenige Programme verteilt werden.

Welche Fernseh- und Hörfunkprogramme über private Gemeinschaftsantennennetze sowie über den Breitbandverteildienst der DBP Telekom weiterverbreitet werden dürfen, entscheiden die Landesmedienanstalten der einzelnen Bundesländer nach Maßgabe der Rundfunkgesetze.

Die Programmzuführung zu den Kabelnetzen erfolgt teilweise über den Empfang terrestrischer Programme, heute aber meist über Satellit.[21])

3 Glasfaserversuche

Die Technologie der Lichtwellenleiter, auch Glasfaser genannt, gilt als zukunftweisend für die Breitbandkommunikation. Schon heute wird sie im Weitverkehrsnetz der DBP Telekom kostengünstiger als das konventionelle Koaxialkabel eingesetzt.

Den wirtschaftlichen Einsatz der Glasfaser im BVN-Anschlußbereich — erreicht bis zu 6 km Entfernung (Luftlinie) von der BVN-Verstärkerstelle — hat die DBP Telekom 1993 in den neuen Bundesländern für analoge Übertragung in größerem Umfang eingeleitet. Bisher werden die Signale über Glasfaser analog übertragen, doch ist vorgesehen, auf digitale Verfahren umzustellen. Ein Pilotversuch zur Digitalübertragung in BVN läuft seit 1992 in der Region Erfurt.

Der flächendeckende Einsatz der Glasfasertechnologie in Ortsnetzen der DBP Telekom — also im besonders kostenintensiven Anschlußbereich — hat 1994 begonnen. Die Umstellung des Ortsnetzes von Koaxialkabel auf Glasfaserstrecken wird zu verstärkter Integration der Dienste führen: Schmalbanddienste für die Sprach- und Datenkommunikation und Breitbanddienste lassen sich somit in das gleiche Netz einbinden.

III. Programmverteilung über Satelliten in den alten Bundesländern

1 Ordnungspolitische Maßnahmen

In der Vergangenheit bestand zwischen Fernmeldesatelliten und TV-Satelliten für den Direktempfang sowohl technisch als auch ordnungspolitisch ein Unterschied. TV-Satelliten für den Direktempfang zeichnen sich durch die besonders hohe Abstrahlleistung von rd. 200 W aus (z. B. TV-Sat); die über sie ausgestrahlten Hörfunk- und Fernsehprogramme durfte in Deutschland seit jeher jedermann ohne besondere Genehmigung mit der entsprechenden Satellitenanlage empfangen. Voraussetzung war lediglich die Nutzung einer zugelassenen Empfangsanlage mit einer Zulassungsnummer des Forschungs- und Technologiezentrums (FTZ) der DBP Telekom.

Anders verhielt es sich bei den sog. Fernmeldesatelliten, die die Signale mit einer Leistung bis zu 50 W abstrahlen. Die über sie verteilten Signale, ganz gleich, ob es sich um reine Telekommunikationsdienste oder um Rundfunkprogramme handelte, galten nach herrschendem Recht als nicht öffentlich. Die Programmverteilung über die Satelliten diente aus ordnungspolitischer Sicht ausschließlich zur Einspeisung in Kabelkopfstationen oder in entlegene Füllsender.

Bis Mitte der achtziger Jahre verhinderte die Größe der erforderlichen Satellitenparabolantennen mit einem Durchmesser von 2 m und mehr den Einzelempfang über Satellit. Doch aufgrund der Fortschritte in der Empfangstechnik ließen sich die über Fernmeldesatelliten verteilten Programme Ende der achtziger Jahre auch über Antennenspiegel mit einem Durchmesser von 1,20 m und weniger empfangen. Die Trennung zwischen Fernmeldesatelliten und TV-Satelliten wurde damit immer unschärfer.

Wollten Einzelverbraucher aber Fernsehprogramme von Fernmeldesatelliten offiziell empfangen, so hatten sie an die Deutsche Bundespost einen gebühren-

[19]) Verfügung 3/1994, In: Amtsbl. des BMPT 1/94.
[20]) Vgl. hierzu Kapitel C.III.5.
[21]) Vgl. hierzu Kapitel C.III.2.

pflichtigen Antrag für die fernmeldetechnische Empfangsgenehmigung zu stellen, mit dem auch die Entrichtung monatlicher Nutzungsgebühren in von Bundesland zu Bundesland unterschiedlicher Höhe verbunden war. Zusätzlich mußte das zuständige Land eine Genehmigung für den Empfang der Programme (Länderhoheit) erteilen.

Aufgrund der technischen Entwicklung, wie sie sich beispielsweise in dem Satelliten vom Typ Astra dokumentiert, ließ sich eine ordnungspolitische Trennung zwischen Fernmeldesatelliten und Satelliten für den Direktempfang bald nicht mehr sinnvoll aufrechterhalten. Deshalb wurde Ende 1991 der Einzelempfang von allen Satellitentypen (Fernmeldesatelliten und TV-Satelliten) mit fernmeldetechnisch zugelassenen Anlagen grundsätzlich freigegeben.[22]) Die Deregulierung in diesem Segment hat die Satelliten-Programmverteilung im Laufe der letzten Jahre positiv beeinflußt.

2 Nationale Satellitensysteme

2.1 DFS-Kopernikus

Bei DFS(Deutscher Fernmeldesatellit)-Kopernikus handelt es sich um ein Satellitensystem, das ein deutsches Industriekonsortium entwickelt und gebaut hat. Die Satelliten werden für unterschiedliche Telekommunikationsdienstleistungen[23]), für den Programmaustausch zwischen Rundfunkanbietern und für die Programmverteilung genutzt. Das Gesamtsystem besteht aus drei Satelliten, die sich in unterschiedlichen Orbitpositionen befinden.[24])

Für die Fernseh- und Hörfunkprogramm-Verteilung wird DFS 1 genutzt. Die über DFS-Kopernikus übertragenen Programme dienen in erster Linie zur Einspeisung in die ca. 1 300 BVN der DBP Telekom.

2.2 TV-Sat

TV-Sat war als erster Satellit für den Satellitendirektempfang in Europa konzipiert und wurde 1986 gestartet.[25]) Der von Frankreich und Deutschland entwickelte neue Satellitentyp TV-Sat/TDF, der mit der neuen europäischen Norm D2-Mac[26]) übertragen sollte und dessen Programme aufgrund einer Abstrahlleistung von 230 W mit Antennenschüsseln von 30 cm zu empfangen sind, ging aufgrund eines technischen Defekts nicht in Betrieb: Das Sonnenpaddel für die Energieversorgung dieses Hochleistungssatelliten ließ sich in der Umlaufbahn nicht öffnen. Der fehlgeschlagene Start fiel in eine Zeit, in der sich die Situation im Bereich der TV-Satelliten änderte. Bis zum Start des französischen Schwester- und Folgesatelliten TV-Sat 2 im Jahre 1989 hatten sich die technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in Europa so weit verändert, daß der mit nur fünf TV-Kanälen ausgestattete TV-Sat gegenüber Fernmeldesatelliten wie dem vom Typ Astra nicht mehr konkurrenzfähig war.

3 Internationale Satellitensysteme

3.1 Astra

Astra ist der Name eines Systems von bislang drei Satelliten, die die private luxemburgische Satellitengesellschaft Société Européenne des Satellites (SES) für die Programmverteilung in Europa betreibt. Hinter SES steht ein Betreiberkonsortium, an dem auch deutsche Banken beteiligt sind. Der erste Astra-Satellit wurde im Dezember 1988 gestartet.

Die Astra-Satelliten, die ganz Europa mit Fernseh- und Hörfunkprogrammen aus dem Orbit versorgen, sind in der Position 19,2 Grad Ost plaziert. Die Fernsehprogramme, mit einer Leistung von 50 bis 60 W abgestrahlt und in PAL sowie in verschlüsselten MAC-Verfahren übertragen, lassen sich in Deutschland über Satellitenanlagen mit Durchmessern von 60 bis 90 cm direkt empfangen.

Obwohl noch in den achtziger Jahren eine Trennung zwischen Satelliten für den TV-Direktempfang (DBS/Direct Broadcasting Satellites) und für Fernmeldezwecke bestand, hat die SES auf die Nutzung von Fernmeldesatelliten gesetzt, die im Gegensatz zu den DBS nicht auf wenige Satellitenkanäle beschränkt war. So konnte sie dem Konsumenten ein attraktives Programmpaket anbieten, das auch die Programmveranstalter schnell akzeptiert haben. Der rasche Markterfolg von Astra führte, wie zuvor beschrieben, zur Anpassung der regulatorischen Rahmenbedingungen, die nun den freizügigen Empfang von Satellitenprogrammen ermöglichen.

Astra besitzt heute in Deutschland einen Marktanteil von 90 % und ist somit dort der wichtigste Satellitenbetreiber für den Direktempfang.

3.2 EUTELSAT

Die European Telecommunication Satellite Organization (EUTELSAT) ist eine europäische Satellitenorganisation, die 1977 auf politische Initiative hin ins Leben gerufen und 1985 mit Sitz in London offiziell gegründet wurde. Deutschland hält 19,5 % der Gesellschaftsanteile von EUTELSAT. Jedes Land benennt einen nationalen Signatar, der die Rechte und Pflichten gegenüber der Organisation wahrnimmt; die DBP Telekom vertritt Deutschland als EUTELSAT-Signatar.[27])

Die Abstrahlleistung der EUTELSAT-Satelliten beträgt 50 W. Für den Direktempfang wird die Orbitpo-

[22]) Verfügung 220/1991. In: Amtsbl. des BMPT 57/91.
[23]) Vgl. hierzu Kapitel C.VI.
[24]) Orbitpositionen 23,5 Grad Ost (DFS 1), 28,5 Grad Ost (DFS 2) und 33,5 Grad Ost (DFS 3).
[25]) Orbitposition 19 Grad West.
[26]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.5.
[27]) EUTELSAT betreibt vier Satelliten des Typs EUTELSAT II-F1 auf 13 Grad Ost, F2 auf 10 Grad Ost, F3 auf 16 Grad Ost und F4 auf 7 Grad Ost — für die Fernseh- und Hörfunk-Programmverteilung in Europa.

sition 13 Grad Ost von EUTELSAT in Kürze mit weiteren 16 Fernsehkanälen deutlich ausgebaut.

In Ausschreibung befindet sich derzeit „Hot Bird Plus", ein TV-Satellit der nächsten Generation, den EUTELSAT Mitte 1996 auf der gleichen Orbitposition wie F1 (13 Grad Ost) stationieren und für die Übertragung von Digitalfernsehen einsetzen will. Der Satellit verfügt über eine Kapazität von 20 Satellitenkanälen für die Fernsehübertragung und soll 40 Mio. Haushalte in ganz Europa versorgen. Aufgrund der hohen Sendeleistung — 110 W — wird der Empfang in ganz Europa mit Antennen von weniger als 60 cm Durchmesser möglich sein.

3.3 INTELSAT

Die International Telecommunication Satellite Organization (INTELSAT) wurde Mitte der sechziger Jahre gegründet. Aufgabe waren Aufbau und Betrieb eines weltweiten kommerziellen Satellitennetzes. Anteilseigner sind derzeit 124 Länder. Deutschland hält bei INTELSAT derzeit 4,2 %; deutscher Signatar ist die DBP Telekom. INTELSAT betreibt heute weltweit 15 Satelliten. Über INTELSAT werden folgende Dienstleistungen abgewickelt:
- Fernsprechdienste,
- Datendienst,
- TV-Übertragungen,
- Ersatzschaltungen für Seekabel im internationalen Telekommunikationsverkehr.

Da die INTELSAT-Satelliten, über die Fernsehprogramme ausgestrahlt werden[28]), mit geringer Leistung (bis zu 32 W) senden, eignen sie sich für den Direktempfang nur bedingt. Es ist aber möglich, die über INTELSAT übertragenen Programme in Kabelnetze einzuspeisen.

3.4 Frequenzen

Wie bei allen Funkdiensten dürfen die Betreiber auch für den Satellitenfunk nur die auf den internationalen Funkverwaltungskonferenzen (WARC/WRC) festgelegten Frequenzbereiche nutzen.[29])

4 Verbreitung von Satellitenanlagen für den Direktempfang

Neben dem terrestrischen Empfang und dem Kabelanschluß haben sich Satellitenempfangsanlagen dank weitreichender Deregulierung als drittes Element der Programmversorgung deutscher Haushalte etabliert. Nach Angaben des Fachverbandes Antennenindustrie des Zentralverbandes der Elektronik- und elektrotechnischen Industrie (ZVEI) verfügen von den 33,4 Mio. Haushalten in Deutschland rd. 2,5 Mio. über eine Einzelsatellitenempfangsanlage (Stand: Ende 1992). In den alten Bundesländern liegt die Ausstattungsquote der Fernsehhaushalte mit Satellitenempfangsanlagen nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) bei etwa 11 %.[30])

Rd. 90 % aller in Deutschland aufgestellten Satellitenanlagen sind auf die Position der Astra-Satelliten und etwa 5,6 % auf DFS-Kopernikus ausgerichtet.

5 Digitales Satelliten-Radio (DSR)

Die gesteigerte Qualität der Musikaufzeichnungen durch digitale Aufnahmetechnik in den Studios und der Compact Disk (CD) kann über herkömmlichen frequenzmodulierten Hörfunk nicht mehr an den Hörer weitergegeben werden. Hinzu kommt, daß durch die wachsende Zahl der UKW-Sender die Störanfälligkeit steigt und Intermodulationsgeräusche entstehen. Bei digitalisierter Übertragung lassen sich diese weitgehend eliminieren.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Forschung und Technologie hat die deutsche Industrie ein digitales Hörfunksystem für Satelliten in CD-Qualität entwickelt, für dessen Empfang spezielle DSR-Empfänger erforderlich sind. Jedes Programm hat einen festen Programmplatz und eine festgelegte Programmart, z. B. Klassik, Sport oder Unterhaltung, die alternativ angewählt werden können.

Derzeit werden sowohl über TV-Sat als auch über DFS 1 je 16 DSR-Programme abgestrahlt.[31])

IV. Neue Bundesländer

1 Umbruch in der Rundfunklandschaft

Auf der Grundlage der rechtlichen Bestimmungen galt es, die in der ehemaligen DDR geplanten bzw. bestehenden terrestrischen Sendernetze an die neuen Bedingungen eines dualen Rundfunksystems anzupassen und zur bedarfsgerechten Versorgung der neuen Bundesländer auszubauen.

In der ehemaligen DDR wurden zwei Fernsehprogramme (DFF 1 und DFF 2) über terrestrische Sendernetze in den Bändern I, III und IV/V nahezu flächendeckend übertragen. Darüber hinaus waren Frequenzen für ein drittes Sendernetz geplant. Im Hörfunk wurden über fünf flächendeckende Programme im UKW-Bereich 87,5 bis 104 MHz (Stimme der DDR, Berliner Rundfunk, Radio DDR 1, Radio DDR 2 und Jugendradio DT 64) sowie vier nahezu flächendeckende Programme im LW/MW-Bereich

---

[28]) Intelsat 602 auf Orbitposition 63 Grad Ost und Intelsat 604 auf Orbitposition 60 Grad Ost.

[29]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.6.

[30]) Vgl. hierzu auch Kapitel B.III.3.2.2, Tabelle B 102 sowie Kapitel E.I.1.1.

[31]) Programmanbieter im Bereich Information sind: Deutschlandfunk, Rias Berlin (seit 1. Januar 1994 beide als Deutschlandradio) und Radioropa; Programmanbieter im Bereich Pop und Unterhaltung sind: Star*Sat Radio, SR1 Europawelle Saar, radio ffn, RTL Radio und Xanadu. Programmanbieter im Bereich Klassik und Kultur sind: BR4, S2 Kultur, Radio Bremen 2/3, hr2, NDR3, WDR3, DS Kultur (seit 1. Januar 1994 Deutschlandradio) und Klassik Radio.

(Programme wie auf UKW, jedoch ohne Radio DDR 2) verbreitet. Das UKW-Programm Radio DDR 2 war regional aufteilbar. Im Rahmen dieser Regionalisierung hat Radio DDR 2 saisonal und zeitlich begrenzt im Ostseegebiet ein spezielles Programm („Ferienwelle") übertragen. Darüber hinaus war ein weiteres Sendernetz im Frequenzbereich 104 bis 108 MHz geplant.

Mit dem Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik über die Herstellung der Einheit Deutschlands — Einigungsvertrag vom 31. August 1990[32]) — hat die DBP Telekom alle Rundfunksendeanlagen mit den dazugehörigen Einrichtungen auf dem Hoheitsgebiet der ehemaligen DDR übernommen. Gleichzeitig erhielt sie den Auftrag, die technische Grundversorgung in den neuen Bundesländern entsprechend dem technischen Standard der alten Bundesländer sicherzustellen. Die DBP Telekom übernahm am 3. Oktober 1990 insgesamt 773 Fernsehsender, 96 UKW-Hörfunksender, elf KW-Sender, 30 MW-Sender über 1 kW, 32 MW-Sender unter 1 kW und zwei LW-Sender.

Unter Mitwirkung von Vertretern der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, der privaten Programmveranstalter, der Staatskanzleien der neuen Länder, der Landesmedienanstalten, der staatsunabhängigen Einrichtung gemäß Art. 36 Einigungsvertrag und der DBP Telekom hat die „Arbeitsgruppe Rundfunkversorgung in den neuen Bundesländern" Konzepte und Alternativen für eine Neugestaltung der Sendernetze erarbeitet.[33]) Im Sommer 1991 konnte die Arbeitsgruppe ihre Ergebnisse den Ländern und beteiligten Institutionen vorlegen. Damit war die Basis für die sich anschließenden Vergabeverfahren der Länder geschaffen. Bis Ende 1991 wurden den neuen Landesmedienanstalten im Beitrittsgebiet und den privaten Veranstaltern Frequenzen für das Fernsehen und den Hörfunk zugeordnet.

2 Ausbaustand und Ausbauplanung terrestrischer Sendernetze

2.1 Fernsehsender

Am 15. Dezember 1990 erfolgte die Umstellung des Farbfernsehstandards von SECAM auf PAL. Gleichzeitig wurde das Gemeinschaftsprogramm der ARD auf die Senderkette des ehemaligen DFF-1-Netzes aufgeschaltet. Über die Senderkette des DFF-2-Netzes haben die neuen Bundesländer unter der Programmverantwortung der Einrichtung ein Gemeinschaftsprogramm (DFF-Länderkette) übertragen, das mit der Auflösung der Einrichtung am 31. Dezember 1991 eingestellt wurde. Die Frequenzen dieser Kette hat die ARD für die Ausstrahlung ihrer Dritten Programme eingesetzt (Ausnahme Berlin Kanal 27: privater Veranstalter).

Das ZDF verbreitete sein Programm über eine neue Senderkette, die zu den Bundestagswahlen am 2. Dezember 1990 mit fünf Sendern (Cottbus, Dresden, Helpterberg, Löbau, Marlow) ihren Betrieb mit dem Fernsehstandard PAL aufnahm.

Anfang 1994 ist die Versorgung der Bürger in den neuen Bundesländern mit den Fernsehprogrammen der ARD und des ZDF wie folgt:

Erstes Programm der ARD:	96 %,
ARD-Regionalprogramme:	90 %,
ZDF:	91 %.

Der Ausbau der terrestrischen Sender für den Rundfunk schritt in den neuen Bundesländern im Laufe der letzten Jahre zügig voran. Die Zahl der großen Fernsehsender wuchs zwischen 1990 und dem Ende des Jahres 1993 von 32 auf 43 an. Im gleichen Zeitraum stieg die Zahl der Füllsender von 741 auf 864.

Schwerpunkte bei den Ausbauaktivitäten im Bereich der Fernsehsender sind:
- Schließung noch bestehender Versorgungslücken in den Sendernetzen bei der ländergerechten Versorgung,
- Aufbau von Sendern für private Veranstalter nach Maßgabe der Landesmedienanstalten und der Veranstalter,
- Errichtung von Füllsendern für noch unzureichend versorgte Gebiete,
- Modernisierung des bestehenden Sendernetzes.

2.2 Hörfunksender

Im Hörfunk wurden nach der Wiederherstellung der deutschen Einheit im Vorgriff auf die Mediengesetze der neuen Länder die Programme DS Kultur, Berliner Rundfunk, Jugendradio DT 64, Radio aktuell und Deutschlandfunk für alle neuen Bundesländer sowie in den jeweiligen Ländern die landesbezogenen Programme Antenne Brandenburg, Radio Sachsen-Anhalt, Radio Mecklenburg-Vorpommern (2), Thüringen Eins und Sachsenradio (3) ausgestrahlt. Träger dieser Programme war die staatsunabhängige Einrichtung gemäß Art. 36 Einigungsvertrag.

Am 31. Dezember 1991 hat man in einer für die Bundesrepublik Deutschland einzigartigen Umschaltaktion diese Programme durch die Programme des NDR und der von Brandenburg bzw. Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen neu gegründeten Rundfunkanstalten ORB und MDR ersetzt.

Für den Ausbau im Bereich der Hörfunksender gelten folgende Schwerpunkte:
- Schließung noch bestehender Versorgungslücken in den Sendernetzen bei der ländergerechten Versorgung,
- Aufbau von Sendern für private Veranstalter nach Maßgabe der Landesmedienanstalten sowie des Bedarfs der Anbieter,
- Errichtung von Sendern geringer Leistung für bisher unzureichend versorgte Gebiete,
- Modernisierung des bestehenden Sendernetzes.

---

[32]) BGBl. II, S. 885.

[33]) Der Rundfunk der DDR und der Deutsche Fernsehfunk wurden als gemeinschaftliche, staatsunabhängige, rechtsfähige Einrichtungen von den neuen Bundesländern bis zum 31. Dezember 1991 weitergeführt, soweit länderzuständige Aufgaben wahrzunehmen waren. Siehe hierzu auch Kapitel B.III.2.1.2.2.

Tabelle C 9:

Bestandsdaten Kabelanschluß — neue Bundesländer —

Bundesland	Wohnungen gesamt	Wohnungen anschließbar	Versorgungsgrad in %	Wohnungen angeschlossen	Anschlußdichte in %
BB	1 098 000	380 000	34,6	244 000	64,2
MV	816 000	304 000	37,2	198 000	65,1
SN	2 191 000	539 000	24,6	240 000	44,5
ST	1 249 000	229 000	18,3	108 000	47,1
TH	1 017 000	234 000	23,0	144 000	61,5
insgesamt	ca. 6,4 Mio.	1 686 000	26,3	934 000	55,3

Stand: 31. März 1994.
Quelle: DBP Telekom.

3 Programmverteilung über Satellit

In den neuen Bundesländern ist die Bedeutung des Satellitendirektempfangs größer als im früheren Bundesgebiet. Das läßt sich mit Lücken in der terrestrischen Senderinfrastruktur und der geringeren Anschlußdichte in Kabelnetzen erklären. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) sind in den neuen Bundesländern rd. 17 % der Haushalte mit privaten Satellitenempfangsanlagen ausgerüstet (Stand: Mitte 1993).

4 Ausbaustand und Ausbauplanung der Breitbandverteilnetze (BVN)

Im ersten Quartal 1994 waren in den neuen Bundesländern 26,3 % der Haushalte mit dem Breitbandverteildienst der DBP Telekom versorgt. In absoluten Zahlen ausgedrückt: Von den 6,4 Mio. Haushalten in den neuen Bundesländern stand bereits rd. 1,7 Mio. Haushalten ein Anschluß an ein BVN offen. Von den anschließbaren Haushalten wiederum waren zum genannten Zeitpunkt rd. 55,3 % — 934 000 Haushalte — an ein BVN der DBP Telekom angeschlossen (Anschlußdichte). Tabelle C 9 gibt die entsprechenden Einzeldaten für Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen wieder.

Der Ausbau der BVN in den neuen Bundesländern wird in den nächsten Jahren weiter forciert, bis eine den alten Bundesländern entsprechende Versorgung von 80 % hergestellt ist; dies soll 1997 erreicht werden. Der Ausbau der BVN erfolgt nach ökonomischen Gesichtspunkten weitgehend im „Beilauf", also parallel mit dem Ausbau des allgemeinen Telekommunikationsnetzes in den neuen Bundesländern. Dabei wird auch das vorhandene Potential der GA der ehemaligen DDR genutzt.

Wie im früheren Bundesgebiet so erhalten auch in den neuen Bundesländern neben der DBP Telekom private Kabelnetzbetreiber auf der Grundlage der genehmigungsrechtlichen Regelungen des Bundesministeriums für Post und Telekommunikation eine Zulassung, wobei den jeweiligen rundfunkrechtlichen Bestimmungen der Länder Rechnung zu tragen ist.

V. Trends und Perspektiven

1 Digitalisierung im Bereich Fernsehen

Im wesentlichen sind es fünf Elemente, die das künftige digitale Fernsehen von dem gegenwärtig genutzten TV-System unterscheiden:

- Datenreduktion bei Bild- und Tonübertragung,
- flexible Nutzung der Übertragungskapazität,
- „conditional access" und „pay per view",
- interaktive Nutzung und „video on demand",
- das neue Bildformat 16:9.

Generell bringt die Datenreduktion für den Programmanbieter bei vergleichbarer Bildqualität eine deutliche Kostensenkung bei der Übertragung. Damit wird sich auch das Programmangebot in Richtung auf Sparten- und Nischenprogramme erweitern. Diese verfügten zwar bisher über Möglichkeiten für eine kostengünstige Produktion, ihnen standen aber keine preiswerten Übertragungskapazitäten offen.

Die durch die Datenreduktion möglich gewordene hohe und flexible Übertragungskapazität erlaubt neue Formen der Fernsehnutzung. In diesen Zusammenhang gehören die Stichworte „conditional access", „interactive TV", „pay per view" und „video on demand". In der einfachsten Ausprägung des Pay-TV sind diese individuelleren Formen der Fernsehnutzung bereits heute eingeführt[34]), doch neue Trends sind eingeleitet: Der Konsument zahlt nicht mehr — wie beim Pay-TV — eine konstante Monatspauschale für den Empfang eines verschlüsselten Programms, sondern nur noch für jene Sendungen, die er wirklich abgerufen hat. Konzepte solcher Art werden in den USA breit diskutiert oder sind bereits in analoger Technik realisiert. Der Nutzer aktiviert das Programmangebot mit Hilfe einer sog. Smart Card. Solange das Gerät eingeschaltet bleibt, wird Sendezeit abgerechnet. Das Verfahren gleicht damit der Chipkarte, deren man sich in den paneuropäischen Mobilfunknetzen mit dem digitalen GSM-Standard[35]) schon erfolgreich bedient.

[34]) Siehe dazu Kapitel B.III.2.2.3.3 (Abonnementfernsehen).
[35]) Global Standard for Mobile Communication (vgl. RL 87/37/7/EWG vom 25. Juni 1987).

2 Übertragungsnormen im Bereich Fernsehen

PAL ist die in Deutschland eingeführte Norm für die Übertragung von TV-Signalen. Sie wird sowohl in der terrestrischen Übertragung wie in der Programmverteilung über Satellit und über Breitbandkabel genutzt. Weltweit gibt es mit SECAM und NTSC zwei weitere analoge TV-Standards neben PAL. Außerdem nutzt man die in Europa entwickelte Übertragungsnorm D2-Mac in Ländern wie Frankreich oder den Niederlanden sowie in Skandinavien als Satellitennorm, vor allem für die Übertragung von verschlüsselten Programmen.

Bei der Einführung neuer Übertragungsnormen im Bereich der terrestrischen Fernsehsendernetze verfolgen Techniker und Anwender zwei unterschiedliche Ziele. Kurzfristig kann mit PALplus bei relativ geringem Aufwand ein kompatibles System eingeführt werden, das allerdings auch nur in begrenztem Umfang Verbesserungen mit sich bringt. Durch eine mittel- bis langfristig geplante vollständige Digitalisierung der TV-Übertragung läßt sich zum einen die Verbesserung der Bildqualität erzielen; zum anderen ermöglichen es Datenreduktionsverfahren in der Digitaltechnik, die Kanalkapazität zu vervielfachen: Die Kapazität, die bisher für die Übertragung eines einzigen Programms erforderlich war, läßt sich damit für die Übertragung mehrerer Programme nutzen.

Sowohl PALplus als auch Digital-TV, an dessen Standardisierung derzeit noch gearbeitet wird, eignen sich für terrestrische Sendestrecken ebenso wie für Übertragungen mittels Satellit oder im Kabelnetz.

2.1 PALplus

Bei der Einführung einer völlig neuen Fernsehübertragungsnorm ist zu berücksichtigen, daß dadurch auf der Zuschauerseite neue Empfangsgeräte erforderlich werden. Dies gilt jedoch nicht bei PALplus, da jeder herkömmliche PAL-Empfänger diese Übertragungsnorm ohne Zusatzgerät in konventioneller PAL-Qualität wiedergeben kann. Die höhere Bildqualität von PALplus und insbesondere das neue Bildformat 16:9 — bisher 4:3 — erfordern allerdings für die optimale Wiedergabe einen speziellen PALplus-Empfänger.

2.2 Digitales Fernsehen

Erste Versuche, Datenreduktionstechniken für eine wirtschaftlichere Übertragung von Fernsehsignalen einzusetzen, lassen sich bis in die frühen siebziger Jahre zurückverfolgen. Aber erst heute sind die Verfahren so ausgereift, daß sie höhere Reduktionsfaktoren bei guter Bildqualität ermöglichen. Die ISO/IEC[36])-Arbeitsgruppe MPEG (Motion Pictures Expert Group) hat bereits einen ersten Normungsentwurf für die digitale Codierung von Fernsehsignalen mit Datenraten von 2 bis 15 MBit/s vorgelegt, die künftige MPEG-2-Norm.

Die außerordentlich rasche technische Entwicklung hat die Einführung von digitalen Fernsehsystemen in greifbare Nähe gerückt. In den USA unternimmt man derzeit den Versuch, mehrere dazu vorliegende Vorschläge kurzfristig zu einem einheitlichen und den dortigen Verhältnissen angepaßten Standard für ein digitales hochauflösendes HDTV-System zusammenzuführen.

Seit Anfang 1992 bemühen sich Experten auf Initiative und unter Leitung des Bundesministeriums für Post und Telekommunikation auf europäischer Ebene im Rahmen einer European Launching Group darum, einheitliche Lösungen für ein digitales TV-System zu erarbeiten. Als ersten Vorschlag haben sie im November 1992 den „Report to the European Launching Group on the Prospects for Digital Terrestrial Television" vorgelegt.

Auf Initiative der European Launching Group wurde am 10. September 1993 in Bonn das europäische Projekt „Digital Video Broadcasting" (DVB) ins Leben gerufen. Es basiert auf einem sog. Memorandum of Understanding (MoU), unterzeichnet von ca. 85 europäischen Institutionen (z. Zt. über 110 Unterschriften), darunter Programmveranstalter, Verwaltungen, Netzbetreiber, Industrieunternehmen sowie die Europäische Kommission. Jeder Zeichner dieses MoU verpflichtet sich zu aktiver Mitarbeit in einer von mehreren Arbeitsgruppen, die zur Entwicklung der benötigten Standards und zur Markteinführung der Systeme gebildet wurden.

Erstes konkretes Ergebnis des Projektes ist ein Standardisierungsvorschlag für digitale Fernsehdienste über Satellit, den die Beteiligten bereits dem Europäischen Institut für Telekommunikationsnormen (European Telecommunication Standardization Institute/ETSI) zur Erarbeitung entsprechender Normen eingereicht haben. Ein Vorschlag für die Weiterverbreitung über Kabel wird in Kürze folgen. Das entsprechende Engagement von Industrie, Netzbetreibern und Programmanbietern vorausgesetzt, bietet diese Grundlagenarbeit die Basis dafür, daß erste Übertragungen über Satellit und Kabel bereits 1995 beginnen können und somit Europa auf dem Gebiet der Fernsehtechnik international wettbewerbsfähig bleibt.

Ein Normierungsvorschlag für die erheblich schwieriger zu fassende terrestrische Übertragung von Fernsehsignalen wird für das Jahr 1996 erwartet, für HDTV frühestens für das Jahr 1998.

In einer Ende November 1993 verbreiteten Mitteilung über die potentiellen Auswirkungen künftiger digitaler Fernsehsysteme für Europa stellte auch die Europäische Kommission die unbestreitbaren Vorteile heraus, die sie von der Einführung digitaler Fernsehsysteme sowohl für die europäische Industrie als auch in kultureller Hinsicht für Europa erwartet. Insbesondere die Zielsetzung des Projektes DVB wurde überaus positiv bewertet und der hierbei eingeschlagene Weg der freiwilligen Zusammenarbeit befürwortet.

---

[36]) International Standardization Organization/International Electrotechnical Commission.

Digitales Fernsehen ermöglicht die Übertragung mehrerer Programme innerhalb eines heutigen TV-Kanals. Nach dem derzeitigen Stand der Technik kann man je Kanal vier Programme mit SDTV (Standard Definition Television)-Qualität übertragen. Es zeichnet sich jedoch ab, daß sich die Anzahl der übertragbaren Programme zukünftig deutlich erhöhen läßt.

2.3 Betriebsversuch VIDINET

Die DBP Telekom hat im Sommer 1993 einen Betriebsversuch mit digitalem Fernsehen gestartet mit dem Ziel, Erfahrungen auf dem Gebiet des digitalen terrestrischen Fernsehens zu sammeln und außerdem die o. g. Vorzüge der digitalen Übertragung zu demonstrieren. Dieser unter der Bezeichnung VIDINET laufende Versuch wird in Berlin vorgenommen. Fünf Fernsehsender bilden das VIDINET; alle senden das Signal (Programm) auf gleicher Frequenz (Gleichwellennetz).

Neben der Qualitätsverbesserung bringt das System dank digitaler Kompressionstechnik auch eine Erhöhung in der Übertragungskapazität. Statt eines analogen PAL-Programms lassen sich — ohne sichtbare Qualitätseinbuße — vier Programme in einem einzigen herkömmlichen Fernsehkanal übertragen.

Nicht nur im Bereich terrestrischer Sendernetze kann das o. g. Verfahren eingesetzt werden, es eignet sich auch für die Bereiche Kabelanschluß und Satellitenübertragung. Bereits bei diesem Feldversuch erfolgt die Signalzuführung von der Senderquelle (Programmanbieter) zu den fünf terrestrischen TV-Sendern über eine Satellitenstrecke (DFS 3).

3 Digitalisierung im Bereich Hörfunk (Digital Audio Broadcast/DAB)

Der Bedarf an DIUKW-Frequenzen ist im Laufe der letzten Jahre ständig gestiegen. Andererseits stößt die Zahl der für Hörfunk nutzbaren Frequenzen an Grenzen. Diese Situation forciert die Entwicklung neuer Technologien für den frequenzökonomischen Einsatz auch im Hörfunk. Digitale Übertragungsverfahren sind auch hier als der zukunftweisende Trend zu sehen. Die Standardisierung digitaler Übertragungstechnik wird heute von internationalen Normungsgremien vorangetrieben. Digitalisierung im UKW-Bereich erlaubt es, Programme bei gleichbleibender Empfangsqualität mit geringerer Bandbreite zu übertragen und damit bestehende Frequenzen besser zu nutzen.

Im MW-Bereich ermöglicht die Digitalisierung eine deutliche Verbesserung der Empfangsqualität, gleichzeitig könnte die Wirtschaftlichkeit der Sender erhöht werden. Projekte hierfür befinden sich in der Entwicklung.

Die beachtlichen Fortschritte in der Mikroelektronik haben die technischen Voraussetzungen für die Entwicklung eines digitalen terrestrischen Hörfunks geschaffen, mit dem die Wiedergabequalität der CD und zugleich auch ein störungsfreier Empfang in Fahrzeugen erreicht wird. In dem Projekt „EUREKA 147 — DAB" ist ein Normierungsvorschlag für den zukünftigen terrestrischen digitalen Hörfunk in europäischer Verbundforschung erarbeitet worden, mit dem sich internationale Standardisierungsgremien gegenwärtig beschäftigen.

Das System, das sich durch hohe Frequenzökonomie auszeichnet, ergänzt das Digitale Satelliten-Radio (DSR) in idealer Weise. Der direkte Übergang von digitaler Daten- und Textverarbeitung, digitalen Datenträgern, Massenspeichern und Kommunikationsnetzen zum Sender und die Übertragung ohne Qualitätseinbuße erlauben die Verbreitung einer Fülle von zusätzlichen Informationen und neuen attraktiven Zusatzdiensten (z. B. bildgestützte Verkehrslenkung), die unter dem Begriff „Datenrundfunk" zusammengefaßt sind. Damit ist eine Grundlage für weitere zukünftige innovative Mehrwertdienste gegeben.

Die Einführung von DAB setzt voraus, daß bereits anderweitig durch den Rundfunk genutzte Frequenzbereiche freigeräumt werden. Der Europäische Funkausschuß (European Radiocommunications Committee/ERC) der Europäischen Konferenz der Post- und Fernmeldeverwaltungen (Conférence Européenne des Administrations des Postes et Télécommunications/CEPT) hat wichtige Entscheidungen für die Bereitstellung von harmonisierten Frequenzbereichen für DAB gefällt.[37]) So will man für DAB vorrangig die Frequenzbereiche 223 bis 230 MHz (Fernsehkanal 12) und 47 bis 68 MHz (Fernsehkanäle 2 bis 4) nutzen. Durch den 1992 gefaßten Beschluß der WARC, im 1,5-GHz-Bereich Frequenzen für DAB über Satelliten mit zusätzlicher terrestrischer Nutzung zuzuweisen, steht ein weiterer Bereich zur Verfügung, der insbesondere in Deutschland helfen kann, den durch die föderale Struktur und die duale Rundfunkordnung bedingten hohen Frequenzbedarf zu befriedigen. Im Jahre 1995 wird im Rahmen der CEPT eine Konferenz zur europaweiten Planung der DAB-Frequenzen stattfinden.

Die deutsche Position für diese Planungskonferenz hat zwei Eckpunkte: DAB wird neben dem UKW-Hörfunk als neues zusätzliches System eingeführt; in der Anfangsphase steht jedem Bundesland mindestens eine Vollabdeckung für sechs Hörfunkprogramme zur Verfügung.

Gegenwärtig befinden sich Sendernetze in Bayern, Berlin, im Rhein-Neckar-Gebiet und im Großraum Köln/Bonn für Pilotversuche in Betrieb bzw. in Planung. Mit einer generellen Einführung von DAB in den deutschen Ballungsräumen wird für das Jahr 1997 gerechnet.

[37]) Empfehlung T/R 52-02, Revision Montreux 1993.

VI. Telekommunikationsnetze und -dienste

Neuere Entwicklungen in der Informationstechnologie führen Fernsehen, Personal Computer (PC) und Telefon zu einem Verbundsystem (z. B. „Multimedia", „interaktives Fernsehen") zusammen und machen somit neue Anwendungen möglich. Vor diesem Hintergrund sollen nachstehend wichtige Einzelaspekte der strukturellen und technischen Entwicklung im Bereich der Telekommunikationsnetze und -dienste genannt werden.[38])

1 Monopol und Wettbewerb

Mit dem Gesetz zur Neustrukturierung des Post- und Fernmeldewesens und der Deutschen Bundespost (Poststrukturgesetz)[39]) vom 8. Juni 1989, durch das in Deutschland die Trennung von hoheitlichen und betrieblichen Aufgaben vollzogen wurde, waren die ordnungspolitischen Voraussetzungen für weitreichende Liberalisierungsschritte geschaffen und der Wettbewerb als Regel definiert. Der Gesetzgeber räumte dem Bund allerdings zwei umfangreiche Rechte als Monopolleistung ein:

- die Bereitstellung von Übertragungswegen (Netzmonopol) einschließlich Funkanlagen,
- die Bereitstellung des Telefondienstes (Telefondienstmonopol).

Das Bundesministerium für Post- und Telekommunikation hat die Befugnis zur Ausübung dieser dem Bund zustehenden Rechte auf die DBP Telekom übertragen.

Bereits bei der Neuordnung des Telekommunikationsmarktes vom 11. Mai 1988 durch die Bundesregierung war vorgesehen, daß private Anbieter im Randbereich des Netzes unbegrenzt tätig werden können, wenn dadurch das Telefondienstmonopol zur Einnahmesicherung der Deutschen Bundespost nicht ausgehöhlt wird und Innovationen möglich sind, die sich andernfalls nicht umsetzen lassen.

Diese Voraussetzungen sah die Bundesregierung in den Bereichen Mobilfunk- und Satellitenkommunikation gegeben, für die seit 1989 Lizenzen vergeben werden, mit denen private Anbieter Funkdienste an Dritte vermarkten können. Parallel dazu arbeitet das Bundesministerium für Post und Telekommunikation an Regelungen für die DBP Telekom in den Bereichen, die den Wettbewerb zwischen privaten Betreibern und dem öffentlichen Betreiber DBP Telekom regulieren.

Die Rechtsgrundlage für die Erteilung der Lizenzen ist § 2 FAG.[40]) Diese Vorschrift erlaubt es dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation, das Recht zur Errichtung und zum Betrieb von Fernmeldeanlagen an privatwirtschaftliche Interessengruppen zu verleihen.

1.1 Satellitenlizenzen

Die Liberalisierung der Satellitenkommunikation setzt komplexe nationale sowie internationale Maßnahmen voraus. Zum einen ist das Bodensegment für die Errichtung und den Betrieb von Satellitennetzen und -funkanlagen zu regulieren. Da Satellitendienste für den grenzüberschreitenden Verkehr prädestiniert sind, erfordert diese bisher nationale Aufgabe eine weitreichende Abstimmung mit anderen Staaten. Noch aber ist dieser Bereich auf EU-Ebene nicht vollständig harmonisiert.

Die Regulierung des Erdsegmentes ist in Deutschland im europäischen Vergleich bereits frühzeitig und mit Erfolg abgeschlossen worden. Das Lizenzmodell im Bereich Satelliten bietet privaten Anbietern weitreichende Möglichkeiten, die über ein spezielles Diensteangebot hinausgehen, aber vom Lizenznehmer zu spezifizieren sind. Häufig erfassen die Lizenzen gleichzeitig unterschiedliche Daten-, Text- sowie Video- und Audiodienste; sie lassen sich in folgende fünf Marktsegmente teilen: Datendienste (im Ausnahmefall auch Sprachübermittlung), Business TV, Satellite News Gathering (SNG), Übertragung und Verteilung von Rundfunkprogrammen sowie landmobile Dienste. Satellitenlizenznehmer können Satelliten freizügig nutzen.

Seit Eröffnung des Lizenzverfahrens am 22. Juni 1990 hat das Bundesministerium für Post und Telekommunikation bis August 1993 27 Satellitenlizenzen vergeben.

1.2 Mobilfunklizenzen

Bei der Lizenzierung sind neben dem nationalen Fernmelderecht zunehmend supranationale Regelungen zu beachten. Um europaweite Dienste zu ermöglichen und um europäische Märkte für Telekommunikationsgeräte zu schaffen, legt der ERC der Europäischen Konferenz der Post- und Fernmeldeverwaltungen (CEPT) immer häufiger einheitliche Frequenzbereiche für Funkdienste fest. In den zuständigen europäischen Normungsgremien (z. B. ETSI) legt man darüber hinaus europäische Standards fest. Zwischenzeitlich hatte der Rat der Europäischen Gemeinschaften durch Richtlinien und Empfehlungen entsprechende europaeinheitliche Vorgaben gemacht. Bisher bedeutendstes Beispiel dafür ist die Regelung für den digitalen zellularen Mobilfunk nach dem europaweit einheitlichen GSM-Standard. Er erlaubte es, erstmals ein über die Grenzen der Länder hinweg nutzbares Mobilfunktelefon einzuführen.

---

[38]) Zur Harmonisierung in Europa vgl. Kapitel G.II.8.

[39]) BGBl. I, S. 1026, geändert durch Einigungsvertrag vom 31. August 1990 (BGBl. II, S. 889, 1120) und Art. 3 HaushaltsbegleitG 1991 vom 24. Juni 1991 (BGBl., S. 1314).

[40]) Vgl. hierzu Kapitel C.I.1.1.

Parallel dazu kam es mit GSM zur Ausschreibung einer privaten Mobilfunklizenz.[41]) Das sog. E-Netz basiert auf dem europäischen DCS (Digital Communication System) 1800, entwickelt aus GSM. In Deutschland wurde dafür eine Lizenz vergeben.[42]) Darüber hinaus werden in Deutschland Bündelfunk-, Datenfunk- und Funkruflizenzen sowie derzeit eine Lizenz für ein europäisches Flugtelefonsystem erteilt.

2 Telekommunikationsnetze

2.1 ISDN

ISDN (Integrated Services Digital Network) macht unterschiedliche Telekommunikationsdienste über einen Anschluß in einem Netz verfügbar: Telefonieren, Telefaxen, Datenübertragung, Zugang zu Datex J, Übergänge zu Datex P und Telex sowie Bildtelefonieren.

Da Übertragungen im ISDN durchgängig digital erfolgen, ist die Übermittlung von Daten, Texten und Bildern schneller (64 Kbit/s) und damit wirtschaftlicher als bei analogen Übertragungsverfahren. Bei gleichem entfernungs- und zeitabhängigem Tarif wie im analogen Telefonnetz reduzieren sich somit auch die Verbindungskosten.

ISDN wurde 1989 in Deutschland eingeführt. Der Ausbau erfolgt nach den Plänen der DBP Telekom. Von den 6 200 Ortsvermittlungsstellen im alten Bundesgebiet waren Ende 1991 ca. 400 ISDN-fähig. Damit waren zu diesem Zeitpunkt ca. 1 100 Städte und Gemeinden, zum Jahreswechsel 1992/93 1 900 Städte und Gemeinden der alten Bundesländer versorgt. Flächendeckung wurde dort, wie vorgesehen, Ende 1993 erreicht.

In den neuen Bundesländern standen Ende 1991 in einigen Städten die ersten ISDN-Anschlüsse zur Verfügung. In den Anschlußbereichen, die noch nicht über digitale Vermittlungsstellen verfügen, kann die DBP Telekom, wie dies in den alten Bundesländern der Fall war, durch das Fremdschaltekonzept trotzdem ISDN-Anschlüsse anbieten. Da der Nachholbedarf in den neuen Bundesländern jedoch in allen Bereichen der Telekommunikation enorm hoch ist, wird dort eine ISDN-Flächendeckung erst Ende 1995 erreicht sein.

Beim ISDN unterscheidet man zwischen Basisanschlüssen und Primärmultiplexanschlüssen für Nutzer mit höherem Kommunikationsbedarf. Bis Ende Dezember 1992, also drei Jahre nach der Einführung des ISDN in Deutschland, hatte die DBP Telekom schon mehr als 138 000 Basisanschlüsse und über 11 000 Primärmultiplexanschlüsse verkauft. Das entspricht über 600 000 analogen Telefonanschlüssen. Ende Oktober 1993 belief sich die Zahl der Basisanschlüsse bereits auf über 253 000 und die Zahl der Primärmultiplexanschlüsse auf 17 600, was rd. 1,03 Mio. analogen Telefonanschlüssen entspricht. Die DBP Telekom prognostiziert, daß bis Ende 1995 ca. 700 000 Basisanschlüsse und 27 000 Primärmultiplexanschlüsse in Betrieb sein werden. Diese Größenordnung entspräche dann rd. 2,6 Mio. analogen Telefonanschlüssen.

In dem „Memorandum of Understanding on the Implementation of a European ISDN" haben sich entsprechend der Ratsempfehlung über die koordinierte Einführung von ISDN in der Europäischen Gemeinschaft vom 22. Dezember 1986 26 Netzbetreiber aus 20 europäischen Ländern dazu verpflichtet, bis Ende 1993 in ihrem Bereich ISDN in einem einheitlichen Standard einzuführen.

2.2 Breitband-ISDN

Anfang 1994 fiel in Deutschland der Startschuß für das Pilotprojekt Breitband-ISDN (B-ISDN). Standorte sind Berlin, Hamburg und Köln/Bonn. Als Übertragungsverfahren wird das vom International Telegraph and Telephone Consultative Committee (CCITT) empfohlene Asynchronous Transfer Mode (ATM) genutzt, das sich durch hohe Flexibilität auszeichnet. Mit der Entscheidung für ATM eröffnet sich langfristig die Perspektive, das 64-Kbit/s-ISDN und das B-ISDN nicht mehr als physikalisch getrennte Netze, sondern als ein umfassendes ISDN zu betrachten, das sowohl Schmalbanddienste als auch breitbandige Anwendungen in einem Netz unterstützt. Voraussetzung für die Realisierung ist das Vorhandensein von Glasfaserleitungen im Teilnehmeranschlußbereich.

Das B-ISDN mit asynchroner zellorientierter Vermittlungstechnik (ATM) kann nebeneinander Übertragungsgeschwindigkeiten von 64 Kbit/s bis 140 Mbit/s herstellen und unterschiedliche Netzwerke wie Local Area Networks (LAN) und Metropolitan Area Networks (MAN) miteinander verknüpfen. Auf diese Weise lassen sich Sprache und Daten, Büro- und Multimediakommunikation, Bildfernsprechen in TV-Qualität, aber auch die Verteilung von Fernseh- und HDTV-Programmen über ein B-ISDN verbreiten.

Für den Anwender bedeutet das: Er kann alle Endgeräte für seinen gesamten Kommunikationsbedarf — lokale Rechnernetze, Zentralrechner, digitale Telekommunikationsanlagen, Videokonferenzeinrichtung, Bildtelefone und PC — parallel über eine einzige Anschlußleitung anschließen. Auch räumlich getrennte Unternehmensteile können so miteinander kommunizieren, als säßen sie in einem Haus. Ab 1995 soll auch internationale B-ISDN-Kommunikation möglich sein.

---

[41]) Die Ankündigung einer Ausschreibung „Mobilfunk" im Bundesausschreibungsblatt erfolgte am 30. Januar 1989; am 9. Juni 1989 wurde D2 im Bundesausschreibungsblatt und im Supplement zum Amtsblatt der EG offiziell ausgeschrieben; am 15. Februar 1990 wurde die Lizenz zum Errichten und Betreiben eines bundesweiten Netzes zum Angebot von Mobilfunkdiensten nach dem europäischen GSM-Standard, um den sich zehn Konsortien beworben hatten, verliehen.

[42]) Betreiber: Eplus.

3 Datendienste

Heute werden unterschiedliche Datendienste angeboten; die drei wichtigsten seien kurz vorgestellt.

Datex J[43]) ist eine neue Datenübertragungstechnik, die weit über das bisherige Bildschirmtext(Btx)-System der DBP Telekom hinausgeht. Wichtig dabei war die Öffnung für die allgemeine Datenkommunikation. Datex J ist heute eine Kommunikationsplattform sowohl für den Zugang zu Btx-Anwendungen als auch für Datenübertragung im Direktzugriff mit vielfältigen Funktionsmerkmalen und hoher Verfügbarkeit in der Fläche.

Datex J wendet sich vorwiegend an den gelegentlichen Nutzer von Datendialogverbindungen. Die DBP Telekom stellt für den Datendienst nur das anwendungsneutrale Netz zur Verfügung, das private Anbieter eigenständig für ihre Zwecke nutzen. Sie darf aufgrund des Btx-Staatsvertrages der Länder[44]) weder auf den Inhalt noch auf die Strukturierung der Angebote Einfluß nehmen. Obwohl die ursprünglich prognostizierten Teilnehmerzahlen nicht erreicht werden konnten, findet Datex J in jüngerer Zeit zunehmend positive Akzeptanz: Mehr als 500 000 Teilnehmer waren Ende 1993 registriert. Die Zunahme der Anwenderzahlen ist einerseits auf die neue Technik zurückzuführen, die es erlaubt, Datex J als offenes System und damit als Plattform für verschiedenartige Dienste zu nutzen. Andererseits wirkte sich das neue Vermarktungskonzept mit Schwerpunkt auf der Anwendungsseite (z. B. Homebanking) positiv auf die Anwenderzahlen aus.

Datex P[45]) erlaubt professionelle Datenkommunikation grundsätzlich von jedem Telefonanschluß aus. Bei der Paketvermittlung werden die Informationen (Daten) in einzelnen Datenpaketen (i. d. R. 1 024 Bit) übertragen. Die flexible Geschwindigkeitsanpassung erlaubt die Kommunikation zwischen unterschiedlich „schnellen" Anschlüssen. Bei Ausfall einer Verbindungsleitung wird automatisch ein neuer Weg geschaltet, die Verbindung bleibt bestehen. Über Datex-P-kompatible Netze im Ausland sind Verbindungen mit mehr als 100 Ländern möglich.

Teledat erlaubt individuelle Datenverbindungen nach international gültigen Empfehlungen und Standards über das Telefonnetz, über ISDN oder auf Festverbindungen. Der Kommunikationspartner wird, wie beim Telefongespräch, einfach angewählt. Voraussetzung sind kompatible Modems an beiden Enden, die es erlauben, die übertragenen Daten direkt im PC oder Datenverarbeitungssystem weiter zu verarbeiten. Die Übertragungsgeschwindigkeiten liegen zwischen 300 und 64 000 bit/s. Es besteht „Anschluß" zu Datex P, Übergänge zu Telex, Datex J und Funkruf.

4 Trends und Perspektiven

Die Digitalisierung der Telekommunikationsinfrastruktur, die bis zum Jahre 2000 abgeschlossen sein soll, und das Zusammenwachsen der bisher getrennten Netze für Individual- und Massenkommunikation werden gleichermaßen die technische Entwicklung der nächsten Jahre prägen. Eine Vielzahl neuer Anwendungen wird entstehen, deren Infrastruktur bereits jetzt im Aufbau ist.

Die Zahl der ISDN-Nutzer — heute bereits über 1 Mio. Kanäle — wird weiter steigen. Die B-ISDN-Infrastruktur wird laufend ausgebaut, sie ermöglicht das Arbeiten mit unterschiedlichen Übertragungswegen und damit multiple Anwendungen. B-ISDN erlaubt die Sprach- und Datenübertragung, die gesamte Bürokommunikation auch zwischen räumlich getrennten Unternehmensteilen, das Bildtelefonieren sowie den Empfang von Fernsehprogrammen in HDTV-Qualität parallel über eine Anschlußleitung.

---

[43]) „J" steht für „jedermann".

[44]) Art. 6 RfStV.

[45]) „P" steht für „paketvermittelt".

D. Nationales Medienrecht

I. Verfassungsrechtliche Voraussetzungen und Kompetenzverteilung Bund/Länder

Grundlage und Ausgangspunkt der Medienpolitik der Bundesregierung ist die durch Art. 5 GG verbürgte Presse- und Rundfunkfreiheit sowie die Verteilung der Kompetenzen zwischen Bund und Ländern durch das Grundgesetz. Durch den politischen Wandel in der DDR und die Wiedervereinigung am 3. Oktober 1990 ist die Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit nun in ganz Deutschland verwirklicht worden.

In der ehemaligen DDR existierte die Presse- und Rundfunkfreiheit formell: In Art. 27 der Verfassung der DDR vom 7. Oktober 1974[1]) hieß es: Jeder Bürger kann, „den Grundsätzen der Verfassung gemäß", seine Meinung frei und öffentlich äußern. Dieses Recht werde durch kein Dienst- oder Arbeitsverhältnis beschränkt. Niemand dürfe benachteiligt werden, wenn er von diesem Recht Gebrauch mache. Art. 27 Abs. 2 lautete: „Die Freiheit der Presse, des Rundfunks und des Fernsehens ist gewährleistet." In der ersten DDR-Verfassung aus dem Jahre 1949 fand sich noch der dann 1968 gestrichene Zusatz: „Eine Zensur findet nicht statt." Zu den „Grundsätzen der Verfassung", die den Rahmen für die freie Meinungsäußerung bildeten, gehörte indessen auch die Anerkennung der führenden Rolle der SED und des „Demokratischen Zentralismus", wonach auf Partei- und Regierungsebene gefaßte Beschlüsse grundsätzlich beachtet und kritiklos umgesetzt werden mußten.

Um eine „parteiliche Berichterstattung" der Medien sicherzustellen, hatte die SED ein ausgeklügeltes Lenkungssystem entwickelt, das die Journalisten zur Selbstzensur veranlaßte. Eine Zensurbehörde im eigentlichen Sinne gab es nicht, jedoch übte das Presseamt beim Vorsitzenden des Ministerrates eine Vorzensur bei den Kirchenzeitungen aus. Die Nichtbeachtung der ausgegebenen „Empfehlungen" konnte bei der Nachzensur durch die Partei- und Regierungsbürokratie bis zum Berufsverbot führen. Zuständig für die Anleitung der Medien war ein Sekretär des SED-Zentralkomitees. Ihm unterstanden die Kommission für Agitation beim Politbüro, die 1963 zur Leitung und Koordination der Agitationsarbeit gegründet wurde. Für die tägliche Anleitung der Medien war die Abteilung Agitation im SED-Zentralkomitee zuständig. Ihrer direkten Kontrolle unterlagen die SED-Zeitungen, die „Zentralorgane" der Massenorganisationen, der Allgemeine Deutsche Nachrichtendienst (ADN), der Hörfunk und das Fernsehen der DDR sowie das Presseamt.

Von der Abteilung Agitation im SED-Zentralkomitee hing wiederum das Presseamt ab, das nach Einstellung der offiziellen Zensur durch die sowjetische Besatzungsmacht im August 1949 zunächst als „Hauptverwaltung für Information" errichtet worden war. Zu seinen Aufgaben gehörten u.a. die Information und Koordinierung der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit, die sog. Kontaktpflege zum Verband der Journalisten der DDR, zum ADN sowie zum Hörfunk und zum Fernsehen, die Lizenzerteilung für Presseerzeugnisse einschließlich der Überwachung der Einhaltung diesbezüglicher Auflagen sowie die Kontrolle und Anleitung der Zeitungen der Blockparteien und der Kirchenzeitungen.

Auf demokratisch legitimierter Grundlage übernahm das Ministerium für Medienpolitik von April 1990 bis zum 3. Oktober 1990 einige Aufgaben und auch einen Teil der Mitarbeiter des früheren Presseamtes.[2])

Nachdem der sog. Runde Tisch[3]) am 18. Januar 1990 unter Einbeziehung von Regierungsvertretern Medienrichtlinien beschlossen hatte, erging am 5. Februar 1990 ein „Beschluß der Volkskammer der DDR über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit".[4]) Maßnahmen „zur allseitigen Durchsetzung der in der Verfassung vor allem in den Art. 27 Abs. 1 und 2, 28 Abs. 2, 30 Abs. 1, aber auch in Art. 6 Abs. 5 festgelegten Grundrechte und -pflichten sowie zur Durchsetzung der Verpflichtungen der DDR aus internationalen Abkommen und Erklärungen zu den Grundrechten der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit" sollten getroffen werden. Hierin werden neben detaillierten Einzelregelungen noch einmal das Recht auf freie Meinungsäußerung und Information (Ziffer Nr. 1, 3, 4), das Zensurverbot (Nr. 5), die Pressefreiheit (Nr. 9) und die Rundfunkfreiheit (Nr. 11) herausgestellt und konkret realisiert.

Die seit dem 3. Oktober 1990 einheitliche verfassungsrechtliche Situation in ganz Deutschland ist in ihren Grundzügen so zu beschreiben:

---

[1]) GBl. I, S. 432.

[2]) Die Darstellung der Situation in der ehemaligen DDR wurde weitgehend von Gunter Holzweissig (DDR-Presse unter Parteikontrolle. Kommentierte Dokumentation des Gesamtdeutschen Instituts. Bonn 1991) übernommen.

[3]) Dieser setzte sich aus Vertretern der neuen demokratischen Parteien, der Kirchen und Bürgerrechtsbewegungen, der SED/PDS und der übrigen Blockparteien zusammen und tagte von Dezember 1989 bis zu den ersten freien Volkskammerwahlen am 18. März 1990. Der Runde Tisch entwickelte sich von einem ursprünglichen Kontrollorgan der Bürgerbewegungen hin zu einer politischen Steuerungsinstanz, die bis zur Konstituierung der freigewählten Volkskammer politisch bedeutsamer war als der Ministerrat und die von der SED beherrschte Volkskammer.

[4]) GBl. I, S. 39.

1 Pressefreiheit

Das Grundrecht der Pressefreiheit gewährleistet als subjektives Recht den im Pressewesen tätigen Personen und Unternehmen Freiheit von staatlichem Zwang und garantiert darüber hinaus die institutionelle Eigenständigkeit der Presse von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung von Nachrichten und Meinungen. Eine freie, nicht von der öffentlichen Gewalt gelenkte und keiner Zensur unterworfene Presse ist ein Wesenselement des freiheitlichen Staates. Sie ist in einer freiheitlichen Demokratie unentbehrliches Element für die Bildung der öffentlichen Meinung und einer freien politischen Willensbildung des Volkes. So wichtig diese der Presse zufallende „öffentliche Aufgabe" ist, so wenig kann sie von der organisierten staatlichen Gewalt erfüllt werden. Presseunternehmen müssen sich im gesellschaftlichen Raum frei bilden können. Sie arbeiten nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen und Organisationsformen und stehen untereinander in geistiger und wirtschaftlicher Konkurrenz, in die die öffentliche Gewalt grundsätzlich nicht eingreifen darf.[5])

Dieser Schutz wird noch dadurch verstärkt, daß Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG jede Art von Zensur ausschließt. Allerdings gilt auch das Grundrecht der Pressefreiheit nicht schrankenlos. Nach Art. 5 Abs. 2 GG findet es vielmehr seine Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, also etwa des Strafrechts, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

2 Rundfunkfreiheit

Die Rundfunkfreiheit ist ebenso wie die Freiheit der Presse ein wesentlicher Faktor im Prozeß der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung. Auch sie hat die freie und umfassende Meinungsbildung zu gewährleisten und findet ihre Schranken in Art. 5 Abs. 2 GG.

Trotz der engen Fassung des Wortlauts von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, der von Berichterstattung spricht, unterscheidet sich die Rundfunkfreiheit wesensmäßig nicht von der Pressefreiheit. Geschützt ist jede Vermittlung von Information und Meinung, und zwar unabhängig von der Darstellungsart; erfaßt sind also nicht nur wertungsneutrale Berichte, sondern ebenso Kommentare[6]) und Unterhaltungssendungen[7]). Hörfunk und Fernsehen gehören ebenso zu den unentbehrlichen Massenkommunikationsmitteln, denen sowohl für die Verbindung zwischen dem Volk und den Staatsorganen wie für deren Kontrolle als auch für die Integration der Gemeinschaft in allen Lebensbereichen eine maßgebende Wirkung zukommt. Sie verschaffen dem Bürger die erforderlichen umfassenden Informationen über das Zeitgeschehen und über Entwicklungen im Staatswesen und im gesellschaftlichen Leben. Sie ermöglichen die öffentliche Diskussion und halten sie in Gang, indem sie Kenntnis von den verschiedenen Meinungen vermitteln und dem einzelnen wie den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen Gelegenheit geben, meinungsbildend zu wirken.

Der Rundfunk genießt die bereits in Art. 5 Abs. 1 GG enthaltene Garantie der freien Meinungsäußerung und -verbreitung und wird, wie auch die Presse, in seiner institutionellen Eigenständigkeit gewährleistet.

Freie individuelle öffentliche Meinungsbildung setzt die Freiheit des Rundfunks von staatlicher Beherrschung und Einflußnahme voraus. Damit ist die Erfüllung dieser Aufgabe jedoch noch nicht sichergestellt, denn bloße Staatsfreiheit bedeutet noch nicht, daß eine freie und umfassende Meinungsbildung durch den Rundfunk möglich ist. Diesem Ziel würde ein solches Verständnis von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, das sich in der Abwehr staatlicher Einflußnahme erschöpfte und den Rundfunk im übrigen den gesellschaftlichen Kräften überließe, nicht gerecht.

Der Rundfunk bedarf vielmehr einer positiven Ordnung, die sicherstellt, daß er den verfassungsrechtlich vorausgesetzten Dienst leistet. Um dies zu erreichen, sind materielle, organisatorische und Verfahrensregelungen erforderlich, die an der Aufgabe der Rundfunkfreiheit orientiert und deshalb geeignet sind zu bewirken, was Art. 5 Abs. 1 GG gewährleisten will.

Diese Ordnung im einzelnen auszugestalten ist Sache der gesetzgeberischen Entscheidung. Das Grundgesetz schreibt weder ein bestimmtes Modell vor, noch zwingt es zu konsistenter Verwirklichung des einmal gewählten Modells. Von Verfassungs wegen kommt es allein auf die Gewährleistung freier und umfassender Berichterstattung an.

Entscheidet sich der Gesetzgeber für eine duale Rundfunkordnung, in der öffentlich-rechtliche und private Veranstalter nebeneinander bestehen, muß er dafür sorgen, daß das Gesamtangebot aller Veranstalter die verfassungsrechtlichen Anforderungen gleichgewichtiger Vielfalt in der Berichterstattung im Ergebnis erfüllt. Auch in der dualen Rundfunkordnung ist es verfassungsrechtlich nicht zulässig, die privaten Veranstalter unter Hinweis auf die zur Ausgewogenheit verpflichteten öffentlich-rechtlichen Anstalten von diesem Erfordernis zu entbinden.[8])

3 Kompetenzverteilung Bund/Länder

Nach der Kompetenzverteilung des Grundgesetzes liegt der Schwerpunkt der medienpolitischen Zuständigkeiten bei den Ländern; dies gilt insbesondere für die Zuständigkeiten für die Organisation und Nutzung des Rundfunks, nicht jedoch von allen Medien schlechthin.

Die Kompetenzen des Bundes liegen vor allem in:

---

[5]) Vgl. z. B. BVerfGE 77, 346, 354; 66, 116, 133.
[6]) BVerfGE 35, 202, 222.
[7]) BVerfGE 59, 231, 258.
[8]) Vgl. z. B. BVerfGE 83, 238, 295 ff.; 74, 297, 323 f.

○ der ausschließlichen Zuständigkeit des Bundes für das Fernmeldewesen nach Art. 73 Nr. 7 GG und Art. 87 Abs. 1 GG; diese umfaßt neben der Verteilung von Sendefrequenzen im terrestrischen und Satellitenbereich die Befugnis, die Errichtung und den Betrieb von Rundfunksendeanlagen — auch für die direktstrahlenden Rundfunksatelliten, die Fernmeldesatelliten für Rundfunkzwecke oder die Breitbandverkabelung — zu regeln;

○ der ausschließlichen Zuständigkeit für europäische und internationale Medienpolitik als Teil der allgemeinen auswärtigen Angelegenheiten (Art. 73 Nr. 1 GG) und der Pflege der Beziehungen zu auswärtigen Staaten (Art. 32 GG); dabei ist für Angelegenheiten der Europäischen Union (EU) Art. 23 GG zu beachten;

○ der ausschließlichen Zuständigkeit für den Auslandsrundfunk einschließlich europäischer Rundfunkprogramme sowie der Zuständigkeit für die Rundfunkanstalt des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) (Art. 73 Nr. 1 GG);

○ der Rahmenkompetenz für das Presse- und Filmwesen nach Art. 75 Nr. 2 GG;

○ dem Recht der Wirtschaft (Art. 74 Nr. 11 GG) als Kompetenzgrundlage beispielsweise für das medienübergreifende einheitliche Werberecht und die wirtschaftliche Filmförderung des Bundes;

○ den die rechtliche Ordnung des Rundfunkwesens und der neuen elektronischen Medien begleitenden oder ergänzenden Bundeskompetenzen wie z. B. Recht der Verhütung des Mißbrauchs wirtschaftlicher Machtstellung, insbesondere für Maßnahmen auf dem Gebiet der Medienkonzentration (Art. 74 Nr. 16 GG), Urheberrecht (Art. 73 Nr. 9 GG), Jugendschutz (Art. 74 Nr. 7 GG), Strafrecht (Art. 74 Nr. 1 GG), Mietrecht (Art. 74 Nr. 1 GG), Wohnungswesen (Art. 74 Nr. 18 GG), Raumordnung (Art. 75 Nr. 4 GG), soziale Sicherung der Künstler (Art. 74 Nr. 12 GG) und Steuerrecht (Art. 105 GG).

Im Bereich der ausschließlichen Gesetzgebung des Bundes haben die Länder gemäß Art. 71 GG die Befugnisse zur Gesetzgebung nur, wenn und soweit ein Bundesgesetz sie hierzu ausdrücklich ermächtigt.

Unabhängig von den medienrechtlichen Zuständigkeiten der Länder berührt der Wandel im Mediensektor zahlreiche übergreifende Bundesinteressen. Dies zeigt die enge politische, wirtschaftliche und teilweise auch rechtliche (z. B. unter dem Gesichtspunkt der Technologiefolgenabschätzung, Art. 74 Nr. 13 GG) Verflechtung zwischen Länderzuständigkeiten und Bundesinteressen bzw. -kompetenzen. Beispiele sind:

○ gesellschaftliche Auswirkungen der neuen Medienangebote, soweit sie über die besonderen Gesellschaftsstrukturen und -bedingungen des einzelnen Landes hinausgehen (Gesamtauswirkungen auf die Bundesrepublik Deutschland); dies betrifft insbesondere die Auswirkungen auf Familie, Jugend und Gesundheit;

○ Auswirkungen der zusätzlichen Informationsangebote auf den demokratischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozeß;

○ Fragen des Mißbrauchs neuer Techniken, insbesondere soweit sie die innere Sicherheit, den Persönlichkeits- und den Eigentumsschutz betreffen;

○ Wirkungen der grenzüberschreitenden in- und ausländischen Programme in bezug auf die Völkerverständigung und die Integration Europas, z. B. im Hinblick auf die Verbreitung von Satellitenempfangsanlagen;

○ Auswirkungen auf die periodische Presse und das Buch; so etwa die Frage der Erforderlichkeit gesetzlicher Schutzmaßnahmen für die Presse;

○ Auswirkungen des größeren Angebots an Spielfilmen über das Fernsehen bzw. über Videokassette auf die Filmtheaterwirtschaft und auf die Rahmenbedingungen der Filmförderungspolitik des Bundes;

○ Auswirkungen auf das Musikleben, das Theater, die Museen, die bildende Kunst, das Lesen unter dem Gesichtspunkt der gesamtstaatlichen Kulturförderung des Bundes;

○ Entwicklung der deutschen Sprache und deren Verbreitung im Ausland;

○ Aus- und Weiterbildung durch spezielle Bildungsprogramme (Art. 91 b GG);

○ Wirksamkeit elektronisch übermittelter Arbeitsplatzangebote und Ausbildungsmöglichkeiten (Art. 74 Nr. 12 GG);

○ Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt und Entstehung neuer Berufe und Berufsbilder;

○ Notwendigkeit medienübergreifender einheitlicher Werberegelungen als Bestandteil des Wirtschaftsrechts des Bundes (Art. 74 Nr. 11 GG);

○ Auswirkungen auf den Wettbewerb in den Medien;

○ Ausdehnung des Informationsangebots durch neue Programme als Grundlage für die Verkabelung durch die Deutsche Bundespost, insbesondere in den neuen Ländern.

Die Bundesregierung hält es für unerläßlich, daß sich die Länder auch weiterhin bemühen, zur Verbesserung der Entwicklungschancen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken einheitliche Rahmenbedingungen zu schaffen und zu erhalten. Wegen der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung von Information und Kommunikation gilt es, auf diesem Feld möglichst gleichwertige Lebensverhältnisse in der ganzen Bundesrepublik Deutschland zu erreichen.

II. Gesetzgebung

1 Medienrechtsgesetzgebung des Bundes

1.1 Grundsätze

Die Medienrechtsgesetzgebung des Bundes hatte im Berichtszeitraum zahlreiche und unterschiedliche Rechtsgebiete zum Gegenstand, z. B. das Urheberrecht, das Verlagsrecht, den Datenschutz, das Strafrecht, den Verbraucher- und den Jugendschutz. Im einzelnen werden diese Rechtsgebiete unter D.IV. und D.V. erörtert. Von seiner Rahmenkompetenz für die allgemeinen Rechtsverhältnisse der Presse (Art. 75 Nr. 2 GG) hat der Bund auch im Berichtszeitraum keinen Gebrauch gemacht, da nach wie vor ein weitgehend einheitliches Presserecht der Länder besteht. Auch die neuen Bundesländer haben sich mit

ihren neuen Landespressegesetzen dieser einheitlichen Rechtslage angepaßt.

1.2 Wiedereinführung von § 130 a StGB

Durch das Gesetz zur Bekämpfung des Terrorismus vom 19. Dezember 1986[9]) wurde § 130 a (Anleitung zu Straftaten) wieder in das Strafgesetzbuch (StGB) eingefügt. Die Vorschrift lehnt sich eng an § 130 a alter Fassung an, der von 1976 bis 1981 galt und durch das 19. Strafrechtsänderungsgesetz vom 7. August 1981[10]) aufgehoben worden war. Nach § 130 a StGB wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft, wer eine Schrift — gemäß § 11 Abs. 3 StGB auch einen Ton- oder Bildträger, eine Abbildung oder andere Darstellung — verbreitet, öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht, die geeignet ist, als Anleitung zu einer in § 126 Abs. 1 StGB (Störung des öffentlichen Friedens durch Androhung von Straftaten) genannten rechtswidrigen Tat zu dienen. Die Schrift muß entweder schon nach ihrem Inhalt dazu betimmt sein, die Bereitschaft anderer zu fördern oder zu wecken, eine solche Tat zu begehen, oder vom Täter zu diesem Zweck eingesetzt werden.

Bei der Wiedereinführung dieser Norm durch das Gesetz zur Bekämpfung des Terrorismus hat sich der Gesetzgeber von der Sorge leiten lassen, daß die Verbreitung von Handbüchern, Flugblättern und anderen Schriften, die zu verschiedenen Methoden der Gewaltanwendung detaillierte Anweisungen enthalten, in den Jahren seit der Verabschiedung des 19. Strafrechtsänderungsgesetzes in besorgniserregendem Maße zugenommen hat.

Durch Verweisung auf die Sozialadäquanzklausel des § 86 Abs. 3 StGB sind u. a. Handlungen, die der Wissenschaft, der Forschung oder Lehre oder der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens dienen, nicht nach § 130 a StGB strafbar.

1.3 Änderungen der §§ 86, 86 a, 130 und 131 StGB durch das Verbrechensbekämpfungsgesetz

Am 20. Mai 1994 hat der Deutsche Bundestag den von den Fraktionen der CDU/CSU und der FDP eingebrachten Entwurf eines Verbrechensbekämpfungsgesetzes angenommen.[11]) Zur wirksameren Bekämpfung rechtsextremistischer und ausländerfeindlicher Propaganda sieht das vom Bundestag beschlossene Gesetz vor,

- bei § 130 StGB (Volksverhetzung) in Fällen, in denen der Täter zum Haß gegen Teile der Bevölkerung aufstachelt oder zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen gegen sie auffordert, auf die zusätzliche Prüfung zu verzichten, ob sich das Verhalten des Täters als Angriff auf die Menschenwürde des Betroffenen darstellt,
- den bisher in § 131 Abs. 1 StGB geregelten Tatbestand der Aufstachelung zum Rassenhaß zu erweitern, mit höherer Strafe zu bedrohen und in einem neuen § 130 Abs. 2 StGB einzustellen,
- in den neuen Absätzen 3 und 4 des § 130 StGB das öffentliche Leugnen, Billigen oder Verharmlosen des nationalsozialistischen Völkermordes ausdrücklich als Volksverhetzung unter Strafe zu stellen (Verbreiten der sog. Auschwitz-Lüge),
- die Strafbarkeit des Verwendens von Kennzeichen verfassungswidriger, insbesondere ehemaliger nationalsozialistischer Organisationen auf solche Kennzeichen zu erstrecken, „die den in § 86 a Abs. 2 StGB genannten zum Verwechseln ähnlich sind",
- durch eine Ergänzung der §§ 86 Abs. 1 und 86 a Abs. 1 StGB auch das Herstellen und Vorrätighalten von Propagandamitteln und Kennzeichen verfassungswidriger, insbesondere ehemaliger nationalsozialistischer Organisationen, zum Zwecke der Verbreitung im Ausland sowie die Ausfuhr solcher Propagandamittel und Kennzeichen ins Ausland unter Strafe zu stellen.

2 Medienrechtsgesetzgebung der Länder

2.1 Pressegesetzgebung

In den alten Bundesländern ist das Presserecht weitgehend unverändert geblieben; im Bereich der Pressegesetzgebung gibt es im Berichtszeitraum keine wesentlichen Neuregelungen[12]). Die Gesetzgebung in den neuen Bundesländern, die nunmehr alle über eigene Pressegesetze verfügen, hat sich inhaltlich im wesentlichen an den Regelungen der alten Bundesländer orientiert, so daß jetzt in ganz Deutschland ein weitgehend einheitliches Presserecht gilt. In den neuen Bundesländern bestehen nunmehr folgende Regelungen:

- Pressegesetz des Landes Brandenburg vom 13. Mai 1993[13]),
- Landespressegesetz für das Land Mecklenburg-Vorpommern vom 6. Juni 1993[14]),
- Sächsisches Gesetz über die Presse vom 3. April 1992[15]),
- Pressegesetz für das Land Sachsen-Anhalt vom 14. August 1991[16]),
- Thüringer Pressegesetz vom 31. Juli 1991[17]).

Als besonderes Problem, vor allem im Hinblick auf die Bekämpfung der Kinderpornographie, hat sich im Berichtszeitraum die kurze Verjährungsfrist für sog. Presseinhaltsdelikte erwiesen, die entsprechend den

[9]) BGBl. I, S. 2566.
[10]) BGBl. I, S. 808.
[11]) Das Inkrafttreten des Gesetzes ist derzeit noch nicht abzusehen.

[12]) Vgl. aber die Änderungen im Saarländischen Pressegesetz (u. a. zum Gegendarstellungsrecht), das in der Neufassung erst nach Redaktionsschluß vorlag (Amtsbl. des Saarlandes 1994, S. 834).
[13]) GVBl., S. 162.
[14]) GVBl., S. 541.
[15]) GVBl., S. 125.
[16]) GVBl., S. 261.
[17]) GVBl., S. 271.

bisherigen Vorschriften in allen Pressegesetzen der Länder bei Verbrechen ein Jahr und bei Vergehen sechs Monate beträgt. Nach gefestigter höchstrichterlicher Rechtsprechung fallen nämlich auch Videokassetten unter den Begriff des „Druckwerks“ im Sinne des Presserechts; so daß bei Straftaten, etwa der Verbreitung und Veröffentlichung kinderpornographischer Schriften gemäß § 184 Abs. 3 Nr. 1 und 2 StGB — den Schriften sind Ton- und Bildträger, Abbildungen und andere Darstellungen gleichgestellt (§ 11 Abs. 3 StGB) — regelmäßig die sechsmonatige presserechtliche Verjährung zum Tragen kommt. Die Bundesministerien der Justiz und des Innern haben deswegen eine Formulierung zur Änderung der Landespressegesetze vorgeschlagen, der auch ein Beschluß der Chefs der Staats- und Senatskanzleien der Länder vom 7./8. Oktober 1992 entspricht. Danach sollen die Pressegesetze der Länder einheitlich so gefaßt werden, daß Straftaten nach § 131 sowie § 184 Abs. 3 StGB von der kurzen presserechtlichen Verjährung ausgenommen sind; es würden dann die Vorschriften des Strafgesetzbuches zur Verfolgungsverjährung gelten.

Die Bundesregierung geht davon aus, daß die Länder diesen Beschluß zügig umsetzen.

2.2 Rundfunkgesetzgebung

Im Berichtszeitraum hat sich die Rundfunkgesetzgebung in der Bundesrepublik Deutschland wesentlich weiterentwickelt. Diese Fortentwicklung war gekennzeichnet durch die Herausbildung der dualen Rundfunkordnung, durch die nunmehr in allen Bundesländern öffentlich-rechtlicher und privatwirtschaftlicher Rundfunk nebeneinander bestehen. Mitentscheidend für die Änderungen war das sog. 4. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts.[18])

Es hat zwar die dem privaten Rundfunk vorgeworfenen Defizite an programmlicher Vielfalt bestätigt, eine Reduzierung der Vielfaltsanforderungen an private Veranstalter jedoch für hinnehmbar gehalten, solange die „Grundversorgung“, die die Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sei, gewährleistet bliebe.

Als Konsequenz dieses Urteils schlossen die Länder den Staatsvertrag über die Neuordnung des Rundfunkwesens vom 3. April 1987[19]), der am 1. Dezember 1987 in Kraft trat und einen neuen Ordnungsrahmen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk setzte.[20]) Die Herstellung der deutschen Einheit machte eine umfassende Novellierung notwendig, die zum Abschluß des Staatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 führte.[21]) In diesem Vertragswerk haben die Länder auch die Staatsverträge über die ARD, das ZDF, die Rundfunkgebühren, die Rundfunkfinanzierung und den Bildschirmtext überarbeitet und den neuen Gegebenheiten angepaßt. Dieses Regelungswerk trat einheitlich am 1. Januar 1992 in Kraft und löste die bis dahin gültigen Bestimmungen ab.

2.2.1 Regelungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben die Länder die Rechtsgrundlagen für die Landesrundfunkanstalten aufgrund dieser Entwicklung zum größten Teil angepaßt oder neu geregelt. In einigen Ländern ist eine Novellierung bisher jedoch noch nicht erfolgt. Im einzelnen gelten für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland folgende Rechtsgrundlagen:

- Staatsvertrag über den Norddeutschen Rundfunk vom 17./18. Dezember 1991[22]),
- Staatsvertrag über den Mitteldeutschen Rundfunk vom 30. Mai 1991[23]),
- Staatsvertrag über den Südwestfunk vom 27. August 1951[24]),
- Gesetz über den „Westdeutschen Rundfunk Köln“ i. d. F. vom 31. März 1993[25]),
- Gesetz über den „Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg“ vom 6. November 1991[26]),
- Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts, „Der Bayerische Rundfunk“, vom 10. August 1948[27]),

[18]) BVerfGE 73, 118; vgl. hierzu auch Kapitel D.III.3.1 des Medienberichts.

[19]) Zum Rundfunkstaatsvertrag und zu den Zustimmungsgesetzen der Länder vgl. auch Kapitel B.III.2.1.

[20]) Vgl. weiter: Staatsvertrag über die Veranstaltung von Fernsehen über Rundfunksatellit vom 20. März 1986; Staatsvertrag über die gemeinsame Nutzung eines Fernseh- und Hörfunkkanals auf Rundfunksatelliten vom 12. Mai 1986; Staatsvertrag über die Veranstaltung von Fernsehen über Satellit vom 29. Juni/20. Juli 1989.

[21]) Zum Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland und zu den Zustimmungsgesetzen der Länder vgl. auch Kapitel B.III.1.2.

[22]) Vgl. die Zustimmungsgesetze der Länder Hamburg: Gesetz vom 10. März 1992 (GVBl., S. 39); Mecklenburg-Vorpommern: Gesetz vom 18. Februar 1992 (GVOBL., S. 77); Niedersachsen: Gesetz vom 25. Februar 1992 (GVBl., S. 41); Schleswig-Holstein: Gesetz vom 26. Februar 1992 (GVBl., S. 120).

[23]) Vgl. die Zustimmungsgesetze der Länder Sachsen: Gesetz vom 27. Juni 1991 (GVBl., S. 169); Sachsen-Anhalt: Gesetz vom 15. Juni 1991 (GVBl., S. 111); Thüringen: Gesetz vom 25. Juni 1991 (GVBl., S. 118).

[24]) Vgl. die Zustimmungsgesetze der Länder Baden: Gesetz vom 18. März 1952 (GVBl., S. 40); Rheinland-Pfalz: Gesetz vom 22. April 1952 (GVBl., S. 71); Württemberg-Hohenzollern: Gesetz vom 8. April 1952, (Württemberg.-HohenzollernRegBl., S. 27); Rechtsnachfolger der ehemaligen Länder Baden, Württemberg-Baden und Württemberg-Hohenzollern ist das Land Baden-Württemberg, Gesetz vom 4. Mai 1951 (BGBl. I, S. 284).

[25]) GVBl., S. 158.

[26]) GVBl., S. 472, geändert durch Gesetz zur Änderung über den „Rundfunk Brandenburg“ vom 20. Dezember 1991 (GVBl., S. 693); vgl. hierzu auch Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 29. Februar 1992 (GVBl., S. 141).

[27]) BayBS II, S. 635, i. d. F. der Bekanntmachung vom 26. September 1973 (GVBl., S. 563).

○ Gesetz über die Errichtung einer Rundfunkanstalt „Sender Freies Berlin" vom 12. November 1953[28]),
○ Süddeutscher Rundfunk, Gesetz Nr. 1096 — Rundfunkgesetz vom 21. November 1950[29]),
○ Gesetz über den Hessischen Rundfunk vom 2. Oktober 1948[30]),
○ Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts — Radio Bremen — vom 22. Juni 1992[31]),
○ Rundfunkgesetz für das Saarland i. d. F. der Bekanntmachung vom 9. August 1993.[32]) Im Saarland besteht insofern eine Besonderheit, als sowohl der öffentlich-rechtliche als auch der private Rundfunk in einem gemeinsamen Gesetz geregelt sind.
○ Im Rahmen der Neuordnung des bundesweiten Hörfunks wurde zwischen den Bundesländern der Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio" vom 17. Juni 1993 geschlossen. Dieser sog. Errichtungsstaatsvertrag wurde durch den zwischen Bund und Ländern ebenfalls am 17. Juni 1993 geschlossenen sog. Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag (Staatsvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und den Ländern über die Überleitung von Rechten und Pflichten des Deutschlandfunks und des RIAS Berlin auf die Körperschaft des öffentlichen Rechts „Deutschlandradio") komplettiert.[33])

2.2.2 Regelungen für den privaten Rundfunk

Gerade im Bereich des privaten Rundfunks sind aufgrund der neuen Rundfunkordnung etliche Neuregelungen entstanden oder bestehende Gesetze inhaltlich an die Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages angepaßt worden. Die meisten Bundesländer haben sich hierbei am sog. Lizenzmodell orientiert, bei dem ein privater Rundfunkveranstalter der Erlaubnis bedarf, die ihm eine öffentliche Aufsichtsinstanz erteilt, von der später auch der Betrieb überwacht wird.[34]) Eine etwas andere Situation besteht in Bayern aufgrund des in der Landesverfassung verankerten Gebotes öffentlich-rechtlicher Trägerschaft für jede Art der Rundfunkveranstaltung. Im einzelnen gelten folgende landesrechtliche Regelungen:
○ Landesmediengesetz Baden-Württemberg i. d. F. vom 17. März 1992[35]),
○ Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Mediendienste in Bayern vom 24. November 1992[36]),
○ Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 29. Februar 1992[37]),
○ Bremisches Landesmediengesetz i. d. F. vom 22. Juni 1993[38]),
○ Hamburgisches Mediengesetz vom 20. April 1994[39]),
○ Gesetz über den privaten Rundfunk in Hessen vom 30. November 1988[40]),
○ Rundfunkgesetz für das Land Mecklenburg-Vorpommern vom 9. Juli 1991[41]),
○ Niedersächsisches Landesrundfunkgesetz vom 18. November 1993[42]),
○ Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen i. d. F. vom 31. März 1993[43]),
○ Landesrundfunkgesetz Rheinland-Pfalz i. d. F. vom 28. Juli 1992[44]) sowie Landesgesetz über die Errichtung einer „Stiftung zur Förderung gemeinnützigen privaten Rundfunks in Rheinland-Pfalz" vom 17. Dezember 1986[45]),
○ Rundfunkgesetz für das Saarland i. d. F. der Bekanntmachung vom 9. August 1993[46]),
○ Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen vom 27. Juni 1991[47]),
○ Gesetz über privaten Rundfunk in Sachsen-Anhalt vom 22. Mai 1991[48]),
○ Rundfunkgesetz für das Land Schleswig-Holstein vom 18. Dezember 1989[49]),

---

[28]) GVBl., S. 1400, i. d. F. der Bekanntmachung vom 5. Dezember 1974 (GVBl. 1975, S. 146); vgl. hierzu auch Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 29. Februar 1992.
[29]) RegBl. 1951, S. 1.
[30]) GVBl., S. 123, zuletzt geändert durch Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den Hessischen Rundfunk vom 21. Dezember 1988 (GVBl., S. 406).
[31]) BremGBl., S. 197.
[32]) Amtsbl., S. 781.
[33]) Vgl. hierzu auch Kapitel B.III.2.1.2.4.3.
[34]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.2.1.2.
[35]) GBl., S. 189.
[36]) GVBl., S. 584; bis November 1992 galt in Bayern das Gesetz über die Erprobung und Entwicklung neuer Rundfunkangebote und anderer Mediendienste in Bayern vom 22. November 1984 (GVBl., S. 445), ber. S. 546; Neufassung vom 8. Dezember 1987 (GVBl., S. 431).
[37]) Vgl. hierzu die Zustimmungsgesetze von Berlin vom 22. April 1992 (GVBl., S. 150) und Brandenburg vom 29. April 1992 (GVBl. I, S. 142); bis Anfang 1992 galt in Berlin das Kabelpilotprojekt- und Versuchsgesetz für drahtlosen Rundfunk im Land Berlin vom 17. Juli 1984 (GVBl., S. 964), geändert durch Gesetz vom 27. März 1986 (GVBl., S. 526), geändert durch Gesetz vom 18. Dezember 1987 (GVBl., S. 2746) und durch das Gesetz zur Überleitung der Versuche mit privatem Rundfunk in Berlin und zur Änderung des Kabelpilotprojektgesetzes vom 17. Juli 1990 (GVBl., S. 1575).
[38]) GVBl., S. 197.
[39]) GVBl., S. 113.
[40]) GVBl., S. 385, geändert durch Gesetz vom 28. November 1989 (GVBl., S. 397), Gesetz vom 29. Oktober 1991 (GVBl., S. 331) und Gesetz vom 13. Dezember 1991 (GVBl., S. 367).
[41]) GVBl., S. 194, ber. 9. Dezember 1991 (GVBl., S. 450).
[42]) GVBl., S. 523.
[43]) GVBl., S. 172.
[44]) GVBl., S. 247.
[45]) GVBl., S. 371, geändert durch Landesgesetz zur Änderung rundfunkrechtlicher Vorschriften vom 5. Juli 1988 (GVBl., S. 123).
[46]) Amtsbl., S. 781.
[47]) GVBl., S. 178.
[48]) GVBl., S. 87.
[49]) GVBl., S. 225, geändert durch Gesetz vom 18. September 1990 (GVBl., S. 500), Gesetz vom 14. Juni 1991 (GVBl., S. 313) und Gesetz vom 12. Dezember 1991 (GVBl., S. 596).

○ Thüringer Privatrundfunkgesetz vom 31. Juli 1991[50]).

III. Rechtsprechung

1 Grundsätze

Das Grundgesetz hat die Presse- und Rundfunkfreiheit in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG als eigenständiges kommunikatives Grundrecht anerkannt. Außerdem hat es sie um der öffentlichen Aufgabe der Presse und des Rundfunks willen institutionalisiert.

Die so gewährleistete Freiheit muß der Gesetzgeber ausgestalten; dies haben vor allem die einzelnen Länder in ihren jeweiligen Presse- und Rundfunkgesetzen getan; ergänzend dazu haben die Länder gemeinschaftliche Regelungen durch Rundfunkstaatsverträge getroffen. Darüber hinaus ist die wertsetzende Bedeutung der Presse- und Rundfunkfreiheit bei der Rechtsanwendung zu beachten. Die Schranken der allgemeinen Gesetze und das Zensurverbot sind in diesem Licht zu sehen.

2 Entscheidungen zur Pressefreiheit

Das Bundesverfassungsgericht hat diese verfassungsrechtliche Wertentscheidung in seiner Rechtsprechung stets betont. Seit der Abfassung des Medienberichts 1985 sind für den Bereich der Presse vor allem folgende Entscheidungen hervorzuheben:

2.1 Abgrenzung der Pressefreiheit von der allgemeinen Meinungsfreiheit

Zur Abgrenzung der Pressefreiheit in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG von der allgemeinen Meinungsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG und zur Bedeutung der Pressefreiheit hat das Bundesverfassungsgericht in seinem Beschluß vom 9. Oktober 1991[51]) ausgeführt: Die in einzelnen Presseerzeugnissen dokumentierte Äußerung ist bereits von dem Grundrecht der Meinungsfreiheit gemäß Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG geschützt; die besondere Garantie der Pressefreiheit, die kein Spezialgrundrecht für drucktechnisch verbreitete Meinungen ist, liegt in der die einzelne Meinungsäußerung übersteigenden Bedeutung der Presse für die freie individuelle und öffentliche Meinungsbildung. Der Schutzbereich der Pressefreiheit ist berührt, wenn es um die im Pressewesen tätigen Personen in Ausübung ihrer Funktion, um ein Presseerzeugnis selbst, um seine institutionell-organisatorischen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen sowie um die Institution einer freien Presse überhaupt geht.

Wenngleich in dieser Entscheidung eine entsprechende Abgrenzung zwischen Rundfunk- und Meinungsfreiheit mangels Erheblichkeit unterblieben ist, so wird man eine vergleichbare Differenzierung auch für diesen Bereich vornehmen können.

2.2 Presse und staatliche Subventionen

In seiner Entscheidung vom 6. Juni 1989[52]) — und nachfolgend in einer Kammerentscheidung vom 11. Dezember 1990[53]) betreffend ein Hörfunkprogramm — hat das Bundesverfassungsgericht zu einer möglichen staatlichen Subventionstätigkeit im Presse- bzw. Rundfunkwesen Stellung genommen und dabei gleichzeitig Bedeutung und Tragweite der Pressefreiheit betont. Zwar folge aus der Garantie der Pressefreiheit für den einzelnen Träger der Pressefreiheit noch kein grundrechtlicher Anspruch auf staatliche Förderung. Wenn sich der Staat jedoch — ohne verfassungsrechtlich dazu verpflichtet zu sein — zu Förderungsmaßnahmen für die Presse entschließe, verlange Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, jede Einflußnahme auf Inhalt und Gestaltung einzelner Presseerzeugnisse sowie Verzerrungen des publizistischen Wettbewerbs insgesamt zu vermeiden. Staatliche Förderungen dürften bestimmte Meinungen oder Tendenzen weder begünstigen noch benachteiligen.

Diese Rechtsprechung wird in dem Beschluß des Bundesverfassungsgerichts vom 6. Oktober 1992[54]) fortgeführt, in dem das Gericht darauf hinweist, daß die staatliche Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach Art und Umfang ihrer Funktion entsprechen muß und die durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützte Programmautonomie nicht gefährden darf.

2.3 Pressefreiheit und Presse-Grosso

Den Schutzbereich der Pressefreiheit hat das Bundesverfassungsgericht in einem Beschluß vom 13. Januar 1988[55]) auch auf den Presse-Grossisten ausgedehnt, der zwar keinen unmittelbaren Bezug zum Inhalt der von ihm vertriebenen Publikationen habe, um dessentwillen eigentlich der Schutz der Pressefreiheit bestehe. Der Grossist sei aber in den Funktionszusammenhang der Herstellung und Verbreitung von Presseerzeugnissen derart eingegliedert, daß sich eine gesetzliche Regelung seiner Tätigkeit schon auf die Tätigkeit der Presse insgesamt auswirke.

2.4 Schranken der Presse- und Rundfunkfreiheit

Zu den Schranken der Presse- und Rundfunkfreiheit durch „allgemeine Gesetze" im Sinne des Art. 5 Abs. 2 GG hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung vom 1. Oktober 1987[56]) ausgeführt, die Vorschriften der Strafprozeßordnung über die Beschlagnahme von Gegenständen, die sich in Ge-

[50]) GVBl., S. 255.
[51]) BVerfGE 85, 1, 12 f.; ebenso BVerfGE 86, 122, 128.
[52]) BVerfGE 80, 124.
[53]) NJW 1991, S. 1943.
[54]) BVerfGE 87, 181, 198.
[55]) BVerfGE 77, 346.
[56]) BVerfGE 77, 65.

wahrsam von Angehörigen des Rundfunks befinden, seien auch insoweit mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG vereinbar, als sie grundsätzlich den Zugriff auf selbstrecherchiertes Material ermöglichen.

Zwar gewährleiste die Presse- und Rundfunkfreiheit den in diesem Bereich tätigen Personen und Unternehmen Freiheit von staatlichem Zwang und damit eine institutionelle Eigenständigkeit von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Nachrichten und Meinungen. Rundfunk- und Pressefreiheit seien aber nicht unbegrenzt gewährleistet. Nach Art. 5 Abs. 2 GG fänden sie ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, wozu auch die Strafprozeßordnung mit ihrer prinzipiellen Verpflichtung für jeden Staatsbürger zähle, zur Wahrheitsermittlung im Strafverfahren beizutragen und die im Gesetz vorgesehenen Ermittlungshandlungen zu dulden.

Grundsätzlich gilt aber die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, daß die in den allgemeinen Gesetzen definierten Schranken der Presse- und Rundfunkfreiheit ihrerseits im Lichte dieser Grundrechtsverbürgungen zu sehen seien. Die Einschränkung der Rundfunk- und Pressefreiheit müsse geeignet und erforderlich sein, um den angestrebten Erfolg zu erreichen; bei der danach gebotenen Abwägung sei auch das Gewicht des Rechtsgutes zu berücksichtigen, dessen Schutz das einschränkende Gesetz diene. Unter Berücksichtigung dieser Vorgaben sei die Entscheidung des Gesetzgebers, die Beschlagnahme selbsterarbeiteter Unterlagen der Presse und des Rundfunks grundsätzlich zuzulassen, durch überwiegende Belange der im Rechtsstaatsprinzip wurzelnden Pflicht zur Erforschung der Wahrheit im Strafprozeß gerechtfertigt.

3 Entscheidungen zur Rundfunkfreiheit

Zur besonderen Garantie der Rundfunkfreiheit in Art. 5 Abs. 1 Satz 2, 2. Alt. GG hat das Bundesverfassungsgericht seit 1986 in mehreren Entscheidungen einen „klassischen Bereich" möglicher Betätigung im Rahmen dieser Rundfunkfreiheit bestimmt: Technik der Rundfunkübertragung, Umfang des gesendeten Programms (d. h. die Bereiche Information, Unterhaltung, politische Meinungs- und Willensbildung sowie Kultur) und die innere Organisation (wirksame Sicherung gleichgewichtiger Vielfalt durch sog. Binnenpluralismus). Dieser Auftrag wird den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zugewiesen, die aufgrund der für sie bestehenden gesetzlichen Vorgaben, insbesondere bezüglich ihrer binnenpluralen Struktur, allein die Gewähr für dessen Erfüllung bieten sollen.[57]) Daneben können sich auch private Anbieter auf die Rundfunkfreiheit berufen. Sie stehen dabei jedoch in Konkurrenz zu den öffentlich-rechtlichen Anstalten, die über diesen Bereich hinaus jede unter den Begriff des Rundfunks fallende Betätigung für sich in Anspruch nehmen können.

[57]) BVerfGE 74, 297.

3.1 Grundversorgung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Nachdem das Bundesverfassungsgericht im Jahre 1981 in seinem Urteil zum Saarländischen Rundfunkgesetz[58]) gebilligt hatte, daß private Veranstalter aufgrund landesgesetzlicher Regelungen zur Veranstaltung von Rundfunksendungen zugelassen werden, hat es mit seinem Urteil vom 4. November 1986[59]) zum Niedersächsischen Landesrundfunkgesetz den Begriff der „Grundversorgung" aufgenommen. In der dualen Ordnung des Rundfunks sei die unerläßliche „Grundversorgung" Sache der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Das Verfassungsgericht begründet dies mit drei Argumenten:

- die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten terrestrisch ausgestrahlten Programme erreichen nahezu die gesamte Bevölkerung;
- die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind zu einem inhaltlich umfassenden Programmangebot in der Lage;
- Vielfalt und Ausgewogenheit ihrer Programme sind wesentliche Funktionen des Rundfunks für die demokratische Ordnung und für das kulturelle Leben in der Bundesrepublik Deutschland.

In weiteren Entscheidungen hat das Gericht den Begriff der „Grundversorgung" präzisiert: Diese sei nicht eine Mindestversorgung, auf die der öffentlich-rechtliche Rundfunk beschränkt sei oder auf die er ohne Folgen für die an den privaten Rundfunk zu stellenden Anforderungen reduziert werden könne; ebensowenig handele es sich um eine Grenzziehung oder Aufgabenteilung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk. Grundversorgung setze eine Mehrzahl von Programmen voraus.[60]) Im Beschluß vom 6. Oktober 1992[61]) zur Werbung im Dritten Fernsehprogramm des Hessischen Rundfunks bezeichnet das Gericht die Grundversorgung als Versorgung mit Programmen, die „dem klassischen Rundfunkauftrag entsprechen ... und die technisch für alle empfangbar sind".

Allerdings ist der Gesetzgeber auch im Verhältnis zum privaten Rundfunk gehalten, Vorkehrungen zu treffen, die bestimmt und geeignet sein müssen, ein möglichst hohes Maß gleichgewichtiger Vielfalt im privaten Rundfunk zu erreichen und zu sichern.[62])

3.2 Versorgung durch den privaten Rundfunk

Neben der Grundversorgung, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zugewiesen ist, nehmen öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter in gleicher Weise am Schutz des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG teil.

Vor allem in bezug auf das Programmangebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hat das

[58]) BVerfGE 57, 295 — sog. 3. Rundfunkurteil.
[59]) BVerfGE 73, 118 — sog. 4. Rundfunkurteil.
[60]) BVerfGE 74, 297 — sog. 5. Rundfunkurteil.
[61]) BVerfGE 87, 181, 199, 203—205.
[62]) BVerfGE 74, 297.

Bundesverfassungsgericht[63]) auf folgendes hingewiesen: es ist Aufgabe der Rundfunkfreiheit, freie Meinungsbildung zu ermöglichen und zu schützen. Dem Gesetzgeber ist es daher prinzipiell verwehrt, die Veranstaltung bestimmter Rundfunkprogramme zu untersagen oder Möglichkeiten zu beschränken, durch Rundfunk verbreitete Beiträge zur Meinungsbildung zu leisten. Auch jenseits der Grundversorgung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat der Gesetzgeber grundsätzlich die freie Veranstaltung von Rundfunkprogrammen zuzulassen, da hierdurch die Vielfalt des Programmangebots bereichert und publizistische Konkurrenz ermöglicht wird, die das Lebenselement der Meinungsfreiheit ist.

3.3 Werbeverbote und Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Das Bundesverfassungsgericht hält auch die finanzielle Sicherung öffentlich-rechtlicher Programme, die nicht zur Grundversorgung gehören, wegen der Rundfunkfreiheit für geboten. Zwar dürfe der Gesetzgeber für öffentlich-rechtlich veranstaltete Sendungen ein Werbeverbot anordnen und damit Einnahmen aus Werbung ausschließen, um die wirtschaftlichen Grundlagen der Tagespresse und des privaten Rundfunks nicht zu gefährden. Wenn aber die Regional- und Lokalprogramme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ohne zusätzliche Einnahmen nicht zu finanzieren seien, habe der Gesetzgeber für anderweitige Kostendeckung zu sorgen.[64])

Der Erste Senat des Bundesverfassungsgerichts hat in einer Entscheidung[65]) zum Rundfunkrecht diese Aussagen präzisiert und festgestellt, daß ein Werbeverbot in den Dritten Fernsehprogrammen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht gegen die in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verankerte Rundfunkfreiheit verstoße. Der Staat habe zwar grundsätzlich die Pflicht, bei der Ausgestaltung der Rundfunkordnung dem Rundfunk die zur Erfüllung seiner Aufgabe notwendigen Mittel zur Verfügung zu stellen. Wie der Gesetzgeber seine verfassungsrechtliche Pflicht erfülle, sei aber grundsätzlich seine Sache. Er habe jedoch die Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu beachten, der die Finanzierung nach Art und Umfang entsprechen müsse. Dabei sei die dem Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gemäße Art der Finanzierung in erster Linie die durch Gebühreneinnahmen.

Auch der Umfang der finanziellen Gewährleistungspflicht habe sich am Grundversorgungsauftrag zu orientieren, wobei der Gesetzgeber nicht verpflichtet sei, jede Programmentscheidung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu honorieren, sondern nur diejenigen, die zur Wahrnehmung ihrer spezifischen Funktionen erforderlich seien.

[63]) Ebd.

[64]) BVerfGE 74, 297.

[65]) BVerfGE 87, 181.

3.4 Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

In seiner Entscheidung zum WDR-Gesetz[66]) ist das Bundesverfassungsgericht erneut auf die Ausgestaltung einer dualen Rundfunkordnung eingegangen und hat sich zu deren verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen, insbesondere im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung, geäußert.

Wie das Gericht zum einen festgestellt hat, ist der Gesetzgeber verfassungsrechtlich nicht gehalten, öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter strikt voneinander zu trennen. Aus dem Grundgesetz folgt keine Pflicht zur „Modellkonsistenz". Von Verfassungs wegen kommt es allein auf die Gewährleistung freier und umfassender Berichterstattung an. Jede Ausgestaltung der Rundfunkordnung, die diesem Ziel wirksam dient, ist mit dem Grundgesetz vereinbar. Insbesondere ergibt sich aus den bisherigen Rundfunkentscheidungen keine Verpflichtung, in einer dualen Rundfunkordnung die Programmanforderungen an private Veranstalter von Verfassungs wegen zu senken. Unvereinbar mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG seien lediglich Anforderungen, die die Veranstaltung privaten Rundfunks erheblich erschwerten oder faktisch ausschlössen. Eine derartige Gefahr vermochte das Gericht in den nordrhein-westfälischen Regelungen nicht zu erkennen.

Das Bundesverfassungsgericht hat zum anderen die im WDR-Gesetz geregelte Bestands- und Entwicklungsgarantie für den WDR als verfassungsgemäß angesehen. Angesichts der schnellen Entwicklung des Rundfunkwesens, namentlich der Rundfunktechnik, sei eine auf den gegenwärtigen Zustand bezogene Garantie nicht ausreichend, die Wahrnehmung der Grundversorgung sicherzustellen. Die Grenzen der auf die Grundversorgung bezogenen Bestands- und Entwicklungsgarantie ergäben sich allein aus der Funktion des Rundfunks.

3.5 Konkursfähigkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten

Mit Beschluß vom 5. Oktober 1993 (— 1 BvL 35/81 —) hat das Bundesverfassungsgericht festgestellt, daß ein Konkursverfahren unter den gegenwärtigen Bedingungen der dualen Rundfunkordnung und des geltenden Konkursrechts nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG unzulässig ist.[67]) Die Rundfunkfreiheit habe ihre wesentliche Bedeutung in der Programmfreiheit im Sinne eines Verbotes nicht nur staatlicher, sondern vielmehr jeglicher fremden Einflußnahme auf Auswahl, Inhalt und Gestaltung der Programme. Diese Freiheit müsse der Staat nach Meinung des Gerichtes gesetzlich ausgestalten und sichern. Entscheidet sich der Gesetzgeber — wie mittlerweile in allen Bundesländern geschehen — für eine duale Rundfunkordnung, in der öffentlich-rechtliche und private Veranstalter nebeneinander bestehen, müsse er allerdings dafür sorgen, daß die verfassungsrechtlichen Anfor-

[66]) BVerfGE 83, 238 ff. — sog. 6. Rundfunkurteil.

[67]) BVerfGE 89, 144.

derungen gleichgewichtiger Vielfalt im Ergebnis durch das Gesamtangebot aller Veranstalter erfüllt werden. Unter den gegenwärtigen Bedingungen setze dies voraus, daß die unerläßliche Grundversorgung der Bevölkerung vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk ohne Einbuße erbracht werde. Der Landesgesetzgeber ist zwar dadurch nicht gehindert, eine bestimmte Landesrundfunkanstalt aufzulösen. Er dürfe aber nicht den öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt preisgeben. Die verfassungsrechtliche Funktionsgewährleistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasse eine das jeweilige Land betreffende finanzielle Gewährleistungspflicht für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Mit diesen verfassungsrechtlichen Vorgaben sei ein Konkursverfahren nicht zu vereinbaren: Zum einen verstieße bereits die Eröffnung eines Konkursverfahrens gegen das Verbot jeder fremden Einflußnahme auf Auswahl, Inhalt und Gestaltung der Programme, weil nicht auszuschliessen sei, daß im Falle eines Konkurses über das Vermögen einer Rundfunkanstalt der Konkursverwalter kraft seiner Verwaltungs- und Verfügungsbefugnisse den finanziellen Rahmen des Programms bestimmen oder beeinflussen könne; zum anderen gebiete es die finanzielle Gewährleistungspflicht dem jeweiligen Land, die Zahlungsunfähigkeit der Rundfunkanstalt abzuwenden und notfalls für ihre Verbindlichkeiten einzutreten.

3.6 Festsetzung der Rundfunkgebühren

Das Bundesverfassungsgericht hat mit dem Urteil vom 22. Februar 1994 (— 1 BvL 30/88 —)[68]) an seine bisherige Rechtsprechung zu Art. 5 GG angeknüpft. Seiner Auffassung nach verstößt das derzeitige Verfahren, das zur Festsetzung der Rundfunkgebühren führt, gegen die aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG folgende Rundfunkfreiheit.

Das Bundesverfassungsgericht hat das geltende Gebührenrecht jedoch nicht für nichtig erklärt, sondern die bisherige Regelung bis zu einer verfassungsmäßigen Neuregelung durch die Länder für anwendbar erklärt, da anderenfalls die Rechtsgrundlage für die Einziehung der Rundfunkgebühr entfiele. Das Gericht stellt entscheidend darauf ab, daß das bisherige Verfahren den Rundfunkanstalten weder hinreichend die zur Erfüllung ihres Auftrags erforderlichen Mittel sichere noch Einflußnahmen des Staates auf die Programmgestaltung mittels der Gebührenfestsetzung wirksam genug ausschließe. Beides sei aber von der Rundfunkfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG gefordert. Deswegen ist die Gebührenentscheidung strikt an ihren Zweck zu binden. Sie soll den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Stand setzen, die zur Erfüllung seiner Funktion erforderlichen Programme zu verwirklichen und auf diese Weise die Grundversorgung der Bevölkerung mit Rundfunk sicherzustellen. Der Gesetzgeber dürfe die Gebührenentscheidung weder zu programmlichen noch zu medienpolitischen Zwecken einsetzen. Für Maßnahmen dieser Art sei er vielmehr auf die allgemeine Rundfunkgesetzgebung verwiesen.

Das Bundesverfassungsgericht schlägt zur Harmonisierung von Rundfunkfreiheit und finanzieller Gewährleistungspflicht des Staates ein gestuftes und kooperatives Verfahren vor, das der Eigenart der jeweiligen Teilschritte Rechnung tragen soll und die Möglichkeiten politischer Einflußnahme begrenzt. Dabei sollen als Grundlage die Bedarfsanmeldungen der Rundfunkanstalten dienen, die dahingehend überprüft werden könnten, ob sie den rechtlichen Vorgaben entsprechen und ob der Finanzbedarf zutreffend und im Einklang mit den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ermittelt worden ist.

Das Gericht fordert, die Gebührenentscheidung durch die Landesparlamente auf der Grundlage dieser Prüfergebnisse zu treffen. Abweichungen vom Prüfergebnis sind nicht ausgeschlossen. Sie dürfen jedoch nicht auf programmlichen oder medienpolitischen Gründen beruhen, sondern haben sich im wesentlichen auf Gesichtspunkte des Informationszugangs und der angemessenen Belastung der Gebührenzahler zu beschränken und sind entsprechend zu begründen.

4 Sonstige medienrelevante Entscheidungen

Neben den Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts zu Inhalt und Ausgestaltung der Presse- und Rundfunkfreiheit ist im Berichtszeitraum noch eine Reihe weiterer wichtiger Gerichtsentscheidungen mit Medienbezug ergangen:

4.1 Frequenzvergabe

In einem z. Zt. noch beim Bundesverfassungsgericht anhängigen Rechtsstreit hat sich der WDR gegen die gesetzliche Zuweisung zweier bisher von ihm genutzter Frequenzen an einen privaten Rundfunkveranstalter (VOX) gewandt.

Mit seiner Verfassungsbeschwerde greift der WDR das 5. Rundfunkänderungsgesetz des Landes Nordrhein-Westfalen an, soweit es die Frequenzvergabe selbst vornimmt und dem WDR bisher genutzte Frequenzen entzieht. Die angegriffenen Vorschriften verletzen seiner Meinung nach das aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG folgende Gebot der Staatsferne der Frequenzvergabe. Dieses verlange vom Gesetzgeber eine abstrakt-generelle Regelung der Vergabekriterien, die Zuteilung von Frequenzen sei nicht seine Sache. Durch den Entzug der beiden Kanäle werde der WDR an der Erfüllung seines Grundversorgungsauftrages gehindert, der auch die uneingeschränkte Verbreitung regionaler Programme umfasse. Die entsprechenden Vorschriften seien deshalb für mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG unvereinbar und nichtig zu erklären. Zugleich hat der WDR beantragt, im Wege der einstweiligen Anordnung die angegriffenen Regelungen des 5. Rundfunkänderungsgesetzes zunächst außer Kraft zu setzen.

---

[68]) ZUM 1994, S. 173 ff.

Mit Beschluß vom 15. Dezember 1992[69]) hat das Bundesverfassungsgericht zunächst die beantragte einstweilige Anordnung abgelehnt. Die Verfassungsbeschwerde sei zwar weder unzulässig noch offensichtlich unbegründet, bei einer Aussetzung der gesetzlichen Regelung für die Zeit bis zur Entscheidung der Hauptsache überwögen jedoch die Nachteile für den Programmveranstalter VOX.

Ob und inwieweit eine Entscheidung im Hauptsacheverfahren ergeht, ist aufgrund des fraglichen Fortbestandes von VOX derzeit noch nicht abzusehen.[70])

4.2 Wahlwerbespots und Wahlsendungen im Rundfunk

Auch im Wahljahr 1994 stellt sich in der medienpolitischen Diskussion wieder die Frage, ob Wahlwerbespots rechtsextremer Parteien angesichts der darin enthaltenen ausländerfeindlichen und rechtsradikalen Inhalte im Rundfunk ausgestrahlt werden und ob Vertreter dieser Parteien zu Gesprächsrunden im Fernsehen eingeladen werden müssen. Dabei ist nach Auffassung der Bundesregierung von folgender Rechtslage auszugehen:

4.2.1 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Eine verfassungsrechtliche Verpflichtung zur Überlassung von Sendezeit oder auch zur Veranstaltung redaktionell gestalteter Wahlwerbesendungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk besteht grundsätzlich nicht. Ein originäres „Recht auf Wahlwerbung" für die politischen Parteien kann dem Grundgesetz nicht entnommen werden.[71])

Den Parteien wird jedoch in den Rundfunkgesetzen der Länder — Ausnahmen bilden nur Berlin und Bremen — vor Wahlen zum Europäischen Parlament, zum Deutschen Bundestag oder zum jeweiligen Landesparlament unter bestimmten Voraussetzungen ein einfachgesetzlicher Anspruch auf Wahlwerbung eingeräumt. Diese Regelungen hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung vom 14. Februar 1978 konkretisiert: Wenn im Rundfunk überhaupt Wahlwerbung auf gesetzlicher Grundlage oder freiwilliger Basis zugelassen wird, hindert der Grundsatz der Chancengleichheit die Rundfunkanstalten daran, zur Wahl zugelassene Parteien von der Nutzung dieser Werbeform auszuschließen, weil sie diese Parteien für zu unbedeutend oder gar schädlich halten.[72]) Es ist unter dem Gesichtspunkt gleicher Wettbewerbschancen aber zulässig, die jeweils zuzuteilenden Sendezeiten nach der Bedeutung der Parteien verschieden zu bemessen, sofern nur kleinen oder neuen Parteien eine angemessene Sendezeit zur Verfügung steht.[73])

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts dürfen Rundfunkanstalten die Beiträge der Parteien auch nicht daraufhin überprüfen, ob die dargelegten Ziele inhaltlich mit der verfassungsmäßigen Ordnung des Grundgesetzes in Einklang stehen oder ob die für die Werbung verantwortliche Partei und deren Kandidaten beabsichtigen, im Parlament für die Bewahrung der verfassungsmäßigen Ordnung einzutreten.[74]) Über diese Frage entscheidet gemäß Art. 21 Abs. 2 Satz 2 GG allein das Bundesverfassungsgericht. Aufgrund dieses Entscheidungsmonopols ist ein administratives Einschreiten gegen den Bestand einer politischen Partei ausgeschlossen, möge sie sich gegenüber der freiheitlich demokratischen Grundordnung auch noch so feindlich verhalten. Eine solche Partei kann zwar politisch bekämpft werden, muß jedoch in ihrer politischen Aktivität frei von jeder Behinderung arbeiten können. Das Grundgesetz nimmt hier die Gefahr, die in der Tätigkeit einer Partei bis zur Feststellung ihrer Verfassungswidrigkeit besteht, um der politischen Freiheit willen bewußt in Kauf.[75])

Einschränkungen der Wahlwerbung sind deswegen nur dann möglich, wenn Sendungen offenkundig gegen die Rechtsordnung verstoßen. Dabei darf es nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts im konkreten Fall nicht zweifelhaft sein, daß eine ins Gewicht fallende Verletzung eines vom Strafrecht geschützten Rechtsgutes vorliegt.[76])

Im Hinblick auf redaktionell gestaltete Wahlwerbesendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten besteht kein einfachgesetzlich geregelter Teilnahmeanspruch. Die Veranstaltung solcher Sendungen fällt in vollem Umfang in die Programmautonomie der einzelnen Rundfunkanbieter. Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG umfaßt grundsätzlich deren Recht, selbst zu bestimmen, wen sie als Gäste zu einer Fernsehdiskussion einladen wollen.[77]) Ein Anspruch auf Teilhabe politischer Parteien an redaktionell gestalteten Sendungen kann sich allerdings aus dem o. g. Grundsatz der Chancengleichheit der Parteien und dem Gebot der Ausgewogenheit des Programms ergeben. Je stärker das Thema einer redaktionell gestalteten Sendung auf die Wahl bezogen ist, desto mehr schränkt der Grundsatz der Chancengleichheit der Parteien die Freiheit der Programmgestaltung ein. Daraus kann sich die Pflicht für den Veranstalter ergeben, auch Vertreter anderer als der im Parlament vertretenen Parteien an der Sendung zu beteiligen.[78])

4.2.2 Privater Rundfunk

Bei privaten Fernseh- und Hörfunkanbietern besteht ebenso wie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk

[69]) BVerfGE 88, 25; erneut bestätigt durch Beschluß des BVerfG vom 10. Mai 1994 (— 1 BvR 1534/92 —).

[70]) Siehe auch den Beschluß des Bundesverfassungsgerichts vom 10. Mai 1994 (— 1 BvR 1534/92 —) über die Ablehnung eines erneut vom WDR gestellten Antrags auf Erlaß einer einstweiligen Anordnung in gleicher Sache.

[71]) Vgl. zuletzt dazu: BVerfGE, AfP 1993, S. 647.

[72]) BVerfGE 47, 198, 225.

[73]) Ebd. m. w. N.

[74]) Vgl. BVerfGE 47, 198, 227.

[75]) Vgl. BVerfGE 47, 198, 228.

[76]) Vgl. BVerfGE 47, 198, 230, 234.

[77]) Vgl. BVerfGE 82, 54, 58.

[78]) BVerfGE 82, 54, 57 f.

kein unmittelbar verfassungsrechtlicher Anspruch der Parteien auf Ausstrahlung von Wahlwerbung. Die meisten Landesrundfunkgesetze räumen den Parteien jedoch ebenfalls auch gegenüber dem privaten Rundfunk einen entsprechenden einfachgesetzlichen Anspruch ein. Dabei wird zum Teil ausdrücklich auf § 5 PartG Bezug genommen und insofern ein Gleichbehandlungsanspruch aller Parteien begründet. In diesen Fällen entspricht die Rechtslage der beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk.[79])

Fehlt allerdings, wie in einigen Landesrundfunkgesetzen, eine solche Bezugnahme, kann sich ein Anspruch auf Gleichbehandlung und damit ein Anspruch auf Ausstrahlung von Wahlwerbespots bzw. Teilnahme an redaktionell gestalteten Wahlwerbesendungen nur aus anderen Gründen ergeben. Der aus Art. 21 i.V.m. Art. 3 GG folgende Grundsatz der Chancengleichheit ist nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ebenso wie § 5 PartG nur anzuwenden, soweit die Wahlwerbung durch Maßnahmen der öffentlichen Gewalt beeinflußt wird.[80]) Eine Anwendung auf freiwillig ausgestrahlte Wahlwerbespots ebenso wie auf redaktionell gestaltete Wahlwerbesendungen privater Rundfunkanstalten scheidet insofern aus.[81])

4.2.3 Position der Bundesregierung

Die Bundesregierung sieht die Ausstrahlung von Wahlwerbespots extremistischer oder radikaler Parteien mit großer Sorge. Sie ist jedoch im Hinblick auf die Zuständigkeit der Landesgesetzgeber für entsprechende Regelungen im Rundfunk nur bei der Rundfunkanstalt des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) befugt, entsprechende Regelungen zu treffen. Nach dem Bundesrundfunkgesetz[82]) ist die DW verpflichtet, Parteien angemessene Sendezeit zur Verfügung zu stellen. Bei der Neugestaltung des Gesetzes für die DW wird erwogen, diese Verpflichtung insbesondere deswegen zu streichen, damit nicht durch die Ausstrahlung von extremistischen Wahlwerbespots das Ansehen Deutschlands im Ausland beschädigt wird.

In der von den Rundfunkanstalten in Gang gebrachten Diskussion über die Abschaffung der Wahlwerbung im Rundfunk[83]) ist aber auch zu berücksichtigen, daß Werbespots in den Medien ein wesentliches Element im Wahlkampf von Parteien sind und radikale Parteien vorrangig mit den in der Demokratie vorgegebenen Mitteln der politischen Auseinandersetzung bekämpft werden müssen.

4.3 Fernsehaufnahmen im Gerichtssaal

In einem weiteren Verfahren hat das Bundesverfassungsgericht mit Beschluß vom 11. November 1992[84]) eine einstweilige Anordnung erlassen, die Fernsehaufnahmen im Gerichtssaal vor Beginn der Verhandlung ermöglichte. Zwar hat das Gericht die Frage nach der Zulässigkeit solcher Fernsehaufnahmen im einstweiligen Anordnungsverfahren noch nicht entschieden. Es hat aber im Hinblick auf die Anwesenheit von Pressejournalisten bei einem Strafverfahren festgestellt: Der Schutzbereich der Pressefreiheit umfaßt den freien Zugang zur Information. Da die Rundfunkfreiheit der gleichen Aufgabe wie alle Garantien des Art. 5 Abs. 1 GG diene, sei nicht von vornherein auszuschließen, daß sie auch Fernsehjournalisten den Zugang zum Gerichtssaal und das Filmen gewährleiste.

4.4 Anbringung von Satellitenparabolantennen

Zum Problemfeld Parabolantenne — Kabelanschluß hat das Bundesverfassungsgericht am 10. März 1993 eine erste grundlegende (Kammer-)Entscheidung[85]) gefällt. Demnach ist es im Regelfall von Verfassungs wegen nicht zu beanstanden, wenn die Fachgerichte bei bestehendem Anschluß der Mieterwohnung an das Kabelnetz der Deutschen Bundespost ein durch Art. 14 Abs. 1 GG geschütztes überwiegendes Interesse des Vermieters bejahen, Störungen des äußeren Erscheinungsbildes des Hauses durch eine Satellitenparabolantenne zu vermeiden.

Mit Beschluß vom 9. Februar 1994[86]) hat das Bundesverfassungsgericht diese Entscheidung ergänzt und ausgeführt, in der auf den Regelfall bezogenen Abwägung zwischen Mieter- und Vermieterinteressen seien die besonderen Informationsinteressen dauernd in Deutschland lebender Ausländer nicht erfaßt. Da der Grundrechtsschutz des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG auch für sie gelte, müßten ihre Interessen bei der Abwägung zusätzlich berücksichtigt werden.

4.5 Briefkastenwerbung

Der Bundesgerichtshof hat mit Urteil vom 20. Dezember 1988[87]) zu der Frage der Briefkastenwerbung grundsätzlich Stellung genommen und dem Eigentümer oder Besitzer einer Wohnung, der sich durch einen Aufkleber an seinem Briefkasten gegen den Einwurf von Werbematerial wehrt, gegenüber dem Werbenden einen Unterlassungsanspruch zuerkannt, wenn es dennoch, sei es auch nur vereinzelt, zum Einwurf von Werbematerial kommt.

---

[79]) Vgl. zu diesem Themenkreis LG Mainz, NJW 1990, S. 2557; OLG Köln, NJW 1994, S. 56.

[80]) Vgl. BVerfGE 47, 198, 227.

[81]) Ein Gleichbehandlungsanspruch könnte sich in beiden Fällen möglicherweise aus dem Gesichtspunkt etwaiger Monopolstellung gemäß § 826 BGB bzw. § 26 Abs. 2 GWB ergeben. Hierzu liegen jedoch noch keine gerichtlichen Entscheidungen vor. Für den presserechtlichen Bereich vgl. BVerfGE 42, 53, 62; 48, 271, 278.

[82]) BGBl. I 1960, S. 862.

[83]) Einem entsprechenden Vorstoß des Vorsitzenden der ARD sind die insoweit zuständigen Länder nicht gefolgt.

[84]) BVerfGE 87, 334 ff.

[85]) NJW 1993, S. 1252.

[86]) NJW 1994, S. 1147.

[87]) BGHZ 106, 229 ff.

Diese Rechtsprechung hat das Oberlandesgericht Karlsruhe auch auf Anzeigenblätter erstreckt, wenn der Betroffene durch einen Aufkleber am Briefkasten zum Ausdruck bringt, daß er generell keine Werbung wünscht.[88])

Dagegen stellt nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts die Übersendung unerwünschten Werbematerials „als solche" keinen Verstoß gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht dar.[89])

IV. Rechtliche Rahmenbedingungen der Medien

1 Innere Pressefreiheit

In jüngster Zeit wurde im Zusammenhang mit der Pressegesetzgebung in den neuen Bundesländern das Thema innere Pressefreiheit wieder verstärkt diskutiert; es hat jedoch — mit Ausnahme des Landespressegesetzes Brandenburg[90]) — keinen Eingang in eine landespresserechtliche Regelung gefunden. Auch auf europäischer Ebene werden zunehmend Fragen der inneren Pressefreiheit diskutiert, so etwa im Europarat.

Die Bundesregierung lehnt Regelungen der inneren Pressefreiheit aus verfassungsrechtlichen Gründen ab. Solche Bestrebungen waren zuletzt 1976 Gegenstand der Regierungserklärung der damaligen sozialliberalen Koalition, die die Vorlage einer rahmengesetzlichen Regelung angekündigt hatte, falls sich die Verbände im Pressebereich nicht auf eine vertragliche Regelung verständigen könnten. Die Bundesregierung hat jedoch sowohl aus politischen wie aus verfassungsrechtlichen Gründen in der Regierungserklärung von 1980 nicht mehr an diesem Plan festgehalten.

Diesem Verzicht lag neben politischen Erwägungen auch die Einsicht zugrunde, daß die in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG garantierte Pressefreiheit nur eine stark eingeschränkte gesetzliche Regelung zulassen würde; alle weitergehenden Lösungsvorschläge — insbesondere solche hinsichtlich echter Mitbestimmung der Mitarbeiter in Redaktionen bei der Änderung der publizistischen Haltung einer Zeitung oder Zeitschrift, bei der Berufung und Entlassung von Chefredakteuren, der Umsetzung von Redakteuren, der Aufstellung des Redaktionsetats oder sonstigen Maßnahmen zur Ausfüllung des sog. tendenzgeschützten Raumes — wären mit einem verfassungsrechtlichen Risiko behaftet.

Die Bundesregierung teilt diese Auffassung auch heute noch. Sie hat von Anfang an außer Zweifel gelassen, daß sie keine gesetzliche Regelung der „inneren Pressefreiheit" anstrebt und der Eigenverantwortung der Presse den Vorzug vor jeder staatlichen Regelung gibt.

Diese Haltung der Bundesregierung findet Unterstützung durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Zwar hat sich das Gericht noch nicht ausdrücklich zur Frage der „inneren Pressefreiheit" selbst geäußert; wie es jedoch in seiner Entscheidung zum Tendenzschutz vom 6. November 1979[91]) grundsätzlich ausgeführt hat, sind dem Staat im Hinblick auf die Existenz unabhängiger Zeitungen nicht nur unmittelbare Eingriffe, vor allem in Gestalt eigener Einflußnahmen auf die Tendenz von Zeitungen, verwehrt; er darf auch nicht durch rechtliche Regelungen die Presse fremden — nichtstaatlichen — Einflüssen unterwerfen oder öffnen, die mit dem durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG begründeten Postulat unvereinbar wären, der Freiheit der Presse Rechnung zu tragen.[92]) Das Grundrecht der Pressefreiheit umfaßt nach Ansicht des Gerichts die Freiheit, die Tendenz einer Zeitung festzulegen, beizubehalten, zu ändern und diese Tendenz zu verwirklichen; dies sei Grundbedingung einer freien Presse wie sie durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG gewährleistet ist.[93])

Angesichts dieser Rechtsprechung sowie der ganz herrschenden Meinung in der Literatur bestehen erhebliche Bedenken dagegen, dem Redakteur im Innenverhältnis zum Verleger bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben das Grundrecht der Pressefreiheit zuzuordnen. Der Redakteur nimmt zwar im Verhältnis zu Dritten, insbesondere zum Staat, an der grundrechtlich geschützten Pressefreiheit teil. Im Innenverhältnis steht der Redakteur jedoch nicht in grundrechtstypischer Distanz zum Verleger. Dessen Grundsatz- und Richtlinienkompetenz sind jedoch durch die mittelbare Wirkung der Grundrechte des Redakteurs, insbesondere aus dem Gewissensschutz des Art. 4 Abs. 1 GG, Grenzen gesetzt.

2 Redaktionsstatuten

Die jahrelangen — und letztlich aus den genannten Gründen erfolglosen — Bemühungen um eine einheitliche Regelung der „inneren Pressefreiheit" auf gesetzlicher oder tarifvertraglicher Basis waren in den siebziger Jahren für einige Verlagsunternehmen Anlaß, betriebsintern auf vertraglicher Grundlage Redaktionsstatuten einzuführen. Diese Vereinbarungen enthalten zumeist Grundsätze zur publizistischen Linie des Presseprodukts und zum Kompetenzverhältnis von Verleger und Redaktion. Den Redakteuren werden Mitsprache- und Mitwirkungsrechte in redaktionellen, personellen, zum Teil auch wirtschaftlichen Fragen eingeräumt.

Die Zahl der Redaktionsvereinbarungen in westdeutschen Verlagen hat sich seit Erscheinen des Medienberichts 1985 nicht wesentlich verändert. Gegenwärtig verfügen, soweit bekannt, acht Tageszeitungen,

---

[88]) OLG Karlsruhe, AfP 1991, 750f.
[89]) BVerwGE 82, 29, 30.
[90]) Vgl. unten Kapitel D.IV.2.
[91]) BVerfGE 52, 283ff.
[92]) BVerfGE 52, 283, 296.
[93]) BVerfGE 52, 283, 296.

ein Wochenblatt und sechs Zeitschriften über ein verlagsinternes Statut.[94])

Neuen Auftrieb erhielt die Statutenbewegung durch den politischen Umbruch in der DDR im Jahre 1989. Nach der Auflösung des Presse- und Informationsmonopols der SED gaben sich einige Zeitungsredaktionen in der ehemaligen DDR Statuten, in denen die individuelle Freiheit des Redakteurs in besonders ausgeprägter Form verankert worden war. Der Beschluß der Volkskammer über die Gewährleistung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit vom 5. Februar 1990 schrieb allen Medien in der ehemaligen DDR die Einführung von Statuten verbindlich vor.[95]) Auch die ersten Referentenentwürfe für ein Pressegesetz in Sachsen-Anhalt und Brandenburg enthielten Bestimmungen zur Ausarbeitung von Redaktionsstatuten.

Die neuen Verlagseigentümer haben in der Mehrzahl die 1989/90 in einzelnen Redaktionen entstandenen Regelungswerke nicht akzeptiert. Abweichend von den anderen in den neuen Bundesländern verabschiedeten Landespressegesetzen, die sich weitgehend am Modellentwurf aus dem Jahre 1963 orientieren, enthält das brandenburgische Landespressegesetz vom 13. Mai 1993 in § 4 Abs. 1 Satz 3 eine Kann-Bestimmung, nach der sich Verleger und Redaktion auf freiwilliger Basis über Grundsätze der „inneren Pressefreiheit" einigen können.[96])

Die Diskussion über eine Reform der Binnenstruktur in den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen erfaßte in den sechziger Jahren auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Vereinbarungen, die die Vertretung der Redakteure, die Grundsätze der redaktionellen Arbeit und die Informations- und Anhörungsrechte der Programmitarbeiter regeln, liegen in der Mehrzahl der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vor: beim BR, HR, NDR, SR, SDR, SWF, SFB, RB, ZDF und der DW.[97])

Mitspracherechte und Informationsansprüche von Journalisten und Redakteuren gegenüber der Intendanz sind im Berichtszeitraum beim WDR in Form eines Redaktionsstatuts vom 25. August 1987 vertraglich verankert worden.

Das Landesrundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen sieht die Einführung von Redaktionsstatuten bei Lokalradiosendern verbindlich vor[98]), ohne allerdings Vorgaben über den zu regelnden Inhalt zu machen. Andere Landesmediengesetze enthalten keine entsprechenden Regelungen.

3 Tendenzschutz

Nach § 118 Abs. 1 Nr. 2 BetrVG[99]) finden auf Unternehmen und Betriebe, die unmittelbar und überwiegend Zwecken der in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützten Berichterstattung oder Meinungsäußerung dienen, die Vorschriften des BetrVG keine Anwendung, soweit die Eigenart des Unternehmens oder des Betriebs dem entgegensteht. Im Gesetz über Sprecherausschüsse der leitenden Angestellten vom 20. Dezember 1988[100]) wird der Tendenzschutz in den vorgenannten Unternehmen und Betrieben in der Weise sichergestellt, daß es den Unternehmer davon befreit, den Sprecherausschuß in wirtschaftlichen Angelegenheiten zu unterrichten (§ 32 Abs. 1 Satz 2 SprAuG). Des weiteren nehmen das Mitbestimmungsgesetz von 1976 (§ 1 Abs. 4 Nr. 2)[101]) und das Betriebsverfassungsgesetz von 1952 (§ 81 Abs. 1)[102]) die genannten Unternehmen von der Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmensorganen völlig aus. Hierzu gehören auch die neuen Medien wie Bildschirmdienste, privatrechtlich organisierte Rundfunkveranstalter und ähnliches.

Zum Tendenzschutz ist im Berichtszeitraum eine Reihe von Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts ergangen. Sie fußen auf der grundlegenden Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 6. November 1979[103]), in der es die verfassungsrechtliche Grundlegung des Tendenzschutzes und damit auch dessen grundsätzliche Unantastbarkeit für den einfachen Gesetzgeber hervorgehoben hat. Das Grundrecht der Pressefreiheit verwehrt dem Staat eine unmittelbare Einflußnahme auf die Tendenz von Presseerzeugnissen; auch darf er nicht durch rechtliche Regelungen die Presse fremden — nichtstaatlichen — Einflüssen unterwerfen oder öffnen, die mit der in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG begründeten Pressefreiheit unvereinbar wären. Dies gilt entsprechend auch für Regelungen, die das Verhältnis zwischen Verleger und Betriebsrat eines Tendenzbetriebes zum Gegenstand haben.

Unter Anwendung dieser Grundsätze und in verfassungskonformer Auslegung des § 118 Abs. 1 Nr. 2 BetrVG hatte das Bundesverfassungsgericht das Bestehen der Informations- und Anhörungsrechte des Betriebsrates im Falle der Kündigung von Tendenzträgern als mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG vereinbar erklärt. Das Bundesarbeitsgericht hat dies in weiteren Entscheidungen auch für die Fälle der Einstellung und Versetzung bestätigt.[104])

---

[94]) Vgl. Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 65 f.; vgl. ebenso Karl Hans Arnold: Mitbestimmungsformen in Medienbetrieben des deutschsprachigen Raums. Bestandsaufnahme und Vergleich der Verhältnisse in Deutschland, Österreich und Schweiz. Bochum 1991, S. 26 ff.

[95]) Beschluß der Volkskammer über die Gewährung der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit, Ziffer 13; abgedruckt in: GBl. I, S. 39.

[96]) GVBl., S. 162.

[97]) Vgl. Arnold, Mitbestimmungsformen in Medienbetrieben des deutschsprachigen Raums, S. 92.

[98]) LRG NW, § 25 Abs. 3, i. d. F. der Bekanntmachung vom 31. März 1993 (GVBl., S. 172).

[99]) I. d. F. der Bekanntmachung vom 23. Dezember 1988 (BGBl. I 1989, S. 1, ber. S. 902), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18. Dezember 1989 (BGBl. I, S. 2261).

[100]) BGBl. I, S. 2312.

[101]) Vom 4. Mai 1976 (BGBl. I, S. 1153), zuletzt geändert durch Gesetz vom 26. Juni 1990 (BGBl. I, S. 1206).

[102]) Vom 11. Oktober 1952 (BGBl. I., S. 681), zuletzt geändert durch Gesetz vom 26. Juni 1990 (BGBl. I, S. 1206).

[103]) BVerfGE 52, 283.

[104]) Vgl. zuletzt Beschluß vom 8. Mai 1990, AP Nr. 46 zu § 118 BetrVG 1972.

Des weiteren hat das Bundesarbeitsgericht[105]) — unter Zugrundelegung der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts — den Grundsatz aufgestellt, § 118 Abs. 1 BetrVG schließe die Beteiligungsrechte des Betriebsrats nur dann aus, wenn es sich um tendenzbezogene Maßnahmen handele und die geistig-ideelle Zielsetzung des Unternehmens und deren Verwirklichung durch die Beteiligung des Betriebsrats verhindert oder jedenfalls ernstlich beeinträchtigt werden könne. So komme eine Einschränkung des Mitbestimmungsrechts in sozialen Angelegenheiten nur in Ausnahmefällen in Betracht. Dementsprechend stehe dem Betriebsrat bei der Frage der Neuregelung der Arbeitsstundenverteilung auf die einzelnen Wochentage im Rahmen einer tariflichen Arbeitszeitverkürzung ein Mitbestimmungsrecht zu, soweit es sich dabei um eine rein betriebsorganisatorische Frage handele und die Aktualität der Berichterstattung nicht betroffen werde. Die Tendenzverwirklichung des Arbeitgebers werde dabei weder berührt noch erheblich beeinträchtigt.[106]) Auch beeinträchtige ein Mitbestimmungsrecht des Betriebsrats über Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit nicht die Tendenzverwirklichung eines Zeitungsverlegers, wenn die für die Aktualität der Berichterstattung relevanten Entscheidungen des Arbeitgebers beachtet würden und sichergestellt sei, daß die Arbeitszeitregelung auch künftigen Tendenzentscheidungen nicht entgegensteht.[107]) Gegen die Beschlüsse des Bundesarbeitsgerichts vom 30. Januar 1990 und 11. Februar 1992 sind Beschwerden beim Bundesverfassungsgericht anhängig, die Entscheidungen stehen noch aus.

4 Pressefreiheit und Arbeitskampf

Bereits in den Medienberichten 1978 und 1985 hat die Bundesregierung die Frage erörtert, ob Arbeitskämpfe im Medienbereich die Presse- und Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) verletzen. Dabei hat sie unter Bezugnahme auf die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts darauf hingewiesen, daß der Arbeitskampf als ultima ratio auch im Medienbereich eine notwendige Hilfseinrichtung der Tarifautonomie darstellt und damit zulässig ist.

In der Zwischenzeit hat sich das Bundesverfassungsgericht anläßlich einer Verfassungsbeschwerde mit dem bereits im letzten Medienbericht erwähnten Urteil des Bundesarbeitsgerichts vom 12. März 1985[108]) befaßt. Seinerzeit hatte das Bundesarbeitsgericht einen bundesweit unbefristeten Aussperrungsbeschluß der Arbeitgeberseite als Reaktion auf begrenzte Teilstreiks wegen Verstoßes gegen das Übermaßverbot für rechtswidrig erklärt. Das Bundesverfassungsgericht hat in seiner Entscheidung[109]) diese Auffassung des Bundesarbeitsgerichts bestätigt. Dabei hat es grundlegend zum Thema Arbeitskampffreiheit Stellung genommen und die Rechtmäßigkeit der vom Bundesarbeitsgericht entwickelten Grundsätze zum Arbeitskampfrecht festgestellt. Nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts sind Arbeitskampfmaßnahmen auch im Pressebereich grundsätzlich zulässig. Sie unterliegen jedoch — wie Arbeitskampfmaßnahmen in anderen Bereichen auch — dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit. Darüber hinaus hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung festgestellt, die objektiv-rechtliche Garantie des Instituts „Freie Presse" werde nicht durch die vom Bundesarbeitsgericht entwickelten und dem geschilderten Fall zugrundeliegenden Grundsätze zum Arbeitskampfrecht verletzt.

Von besonderer Bedeutung für Warnstreiks, die in Form der sog. neuen Beweglichkeit insbesondere auch in der Druckindustrie stattgefunden haben, ist das Urteil des Bundesarbeitsgerichts vom 21. Juni 1988[110]). Das Bundesarbeitsgericht hat in seiner Entscheidung diese Warnstreikpraxis für grundsätzlich rechtmäßig erklärt. Es hat allerdings festgestellt: diese Form des Streiks unterscheidet sich nicht von einem Erzwingungsstreik; deshalb gilt auch hier das ultima-ratio-Prinzip. Danach darf ein Warnstreik, wie jede andere Arbeitskampfmaßnahme auch, nur als letztes Mittel nach Ausschöpfung aller Verständigungsmöglichkeiten durchgeführt werden. Voraussetzung hierfür ist nicht, daß die Tarifparteien die Tarifverhandlungen ausdrücklich für gescheitert erklären. Sie können vielmehr mit jeder Arbeitskampfmaßnahme, also auch mit einem Warnstreik, das Scheitern der Verhandlungen zum Ausdruck bringen.

Durch die verfassungsgerichtliche Gleichbewertung von Warnstreiks und Erzwingungsstreiks verlor die in der Vergangenheit erfolgreich eingesetzte Arbeitskampftaktik der „neuen Beweglichkeit" an Attraktivität, zumal der Arbeitgeberseite die Möglichkeit zu Gegenmaßnahmen — etwa zur Aussperrung — eröffnet wurde.

5 Zeugnisverweigerungsrecht

Nach § 53 Abs. 1 Nr. 5 StPO sind Personen, die bei der Vorbereitung, Herstellung oder Verbreitung von periodischen Druckwerken oder Rundfunksendungen berufsmäßig mitwirken oder mitgewirkt haben, zur Verweigerung des Zeugnisses über die Personen des Verfassers, Einsenders oder Gewährsmanns von Beiträgen und Unterlagen sowie über die ihnen im Hinblick auf ihre Tätigkeit gemachten Mitteilungen berechtigt, soweit es sich um Beiträge, Unterlagen und Mitteilungen für den redaktionellen Teil handelt. Das den Mitarbeitern von Presse und Rundfunk eingeräumte Zeugnisverweigerungsrecht beruht auf der Eigenart der Institution einer freien Presse, die bestimmter Sicherungen bedarf, um ihre Aufgaben

[105]) Vgl. z. B. Beschluß vom 30. Januar 1990, AP Nr. 44 zu § 118 BetrVG 1972, Beschluß vom 8. Mai 1990 (siehe Fußnote 104).

[106]) AP Nr. 44 zu § 118 BetrVG 1972.

[107]) Vgl. Beschlüsse vom 14. Januar 1992, EZA § 118 BetrVG 1972 Nr. 59 und vom 11. Februar 1992, EZA § 118 BetrVG 1972 Nr. 60.

[108]) BAGE 48, 195 = NZA 1985, S. 537.

[109]) BVerfGE 84, 212.

[110]) BAGE 58, 364.

wahrnehmen zu können. Zu der durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verbürgten Freiheit der Presse gehört — als wesentliche Voraussetzung ihrer Funktionsfähigkeit — auch der Schutz des Vertrauensverhältnisses zwischen Medien und Informanten.[111]) Das Zeugnisverweigerungsrecht dient deshalb der im öffentlichen Interesse liegenden Tätigkeit von Presse und Rundfunk[112]) und wird deren Mitarbeitern nicht wegen ihrer persönlichen und beruflichen Stellung gewährt. § 53 Abs. 1 Nr. 5 StPO trägt insoweit im Bereich der Strafverfolgung dem verfassungsrechtlich geforderten Informantenschutz Rechnung.

Ein Recht zur allgemeinen Verweigerung der Mitwirkung im Ermittlungs- und Strafverfahren besteht jedoch nicht. Dies ist verfassungsrechtlich auch nicht geboten. Presse- und Rundfunkfreiheit sind nämlich nicht unbegrenzt gewährleistet. Vielmehr finden sie ihre Grenze dort, wo sie mit anderen gewichtigen Interessen des freiheitlichen demokratischen Staates zusammentreffen. Ein wichtiges allgemeines Interesse dieser Art besteht insbesondere an der gerechten Ahndung schwerer Straftaten. Wiederholt hat das Bundesverfassungsgericht die unabweisbaren Bedürfnisse einer wirksamen Strafverfolgung anerkannt, das öffentliche Interesse an einer möglichst vollständigen Wahrheitsermittlung im Strafprozeß betont und die Aufklärung schwerer Straftaten als wesentlichen Auftrag eines rechtsstaatlichen Gemeinwesens bezeichnet.[113]) Der Erfüllung dieses Auftrages dient die Strafprozeßordnung mit ihrer prinzipiellen Verpflichtung für jeden Staatsbürger, zur Wahrheitsermittlung im Strafverfahren beizutragen[114]); sie stellt ein Gesetz im Sinne von Art. 5 Abs. 2 GG dar, durch das die Rechte der Presse und des Rundfunks ihre Schranken finden. Die verfassungsrechtlich verbürgte Presse- und Rundfunkfreiheit hindert daher nicht, auch die Mitarbeiter von Presse und Rundfunk in den für jedermann geltenden Aussagezwang einzubeziehen, wenn der durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützte Bereich nicht berührt ist.

Das in § 53 Abs. 1 Nr. 5 StPO geregelte Zeugnisverweigerungsrecht bezieht sich danach nur auf die von dritter Stelle zugetragenen Informationen, da nur insoweit ein Vertrauensverhältnis zwischen den Medien und den Informanten begründet wird.[115]) Dagegen besteht bei selbstrecherchiertem Material grundsätzlich kein Zeugnisverweigerungsrecht. Dies ist — wie das Bundesverfassungsgericht betont hat — von Verfassungs wegen nicht zu beanstanden und durch überwiegende Belange der im Rechtsstaatsprinzip wurzelnden Pflicht zur Erforschung der Wahrheit im Strafprozeß gerechtfertigt.[116]) Der Gesetzgeber ist auch nicht gehalten, der Presse- und Rundfunkfreiheit absoluten Vorrang einzuräumen. Selbstrecherchiertes Material unterliegt jedoch dann dem Zeugnisverweigerungsrecht, wenn durch die Offenlegung die Gefahr einer Enttarnung des Informanten besteht.[117]) § 53 Abs. 1 Nr. 5 StPO enthält im übrigen keine abschließende Regelung eines Zeugnisverweigerungsrechts für Mitarbeiter von Presse und Rundfunk, sondern trifft lediglich eine generalisierende Bestimmung darüber, in welchen Fällen dem Geheimhaltungsinteresse der Presse gegenüber den Erfordernissen rechtsstaatlicher Gewährung der Strafrechtspflege der Vorrang gebührt.[118]) Ausnahmsweise kann sich daher im Einzelfall nach Berücksichtigung und Abwägung widerstreitender Interessen auch unmittelbar aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG ein Zeugnisverweigerungsrecht für die Mitarbeiter von Presse und Rundfunk ergeben, wenn der Gesichtspunkt der Verhältnismäßigkeit auf der Grundlage des einfachen Rechts nicht gewahrt würde oder ein Zeugnisverweigerungsrecht zum Schutz des Wesenskerns der Presse- und Rundfunkfreiheit erforderlich ist.[119]) Dem Spannungsverhältnis zwischen der Presse- und Rundfunkfreiheit einerseits und den Belangen einer funktionsfähigen Strafrechtspflege andererseits kann demzufolge auf der Grundlage der gegenwärtigen Rechtslage differenziert und den verfassungsrechtlichen Vorgaben entsprechend Rechnung getragen werden. Die Bundesregierung sieht deswegen keinen Bedarf für eine Erweiterung des Zeugnisverweigerungsrechts für Journalisten.

6 Kurzberichterstattungsrecht

Mit der Entwicklung des dualen Rundfunksystems in der Bundesrepublik Deutschland hat sich die Zahl der Rundfunkanbieter vervielfacht und damit auch die Nachfrage nach Übertragungsrechten. Bei Veranstaltungen und Ereignissen von großem öffentlichen Interesse und bedeutendem allgemeinen Informationswert kommt es häufig zur exklusiven Vergabe dieser Rechte an einen Rundfunkveranstalter, dessen Übertragung nicht von allen Rundfunkteilnehmern empfangen werden kann. Die exklusive Vergabe der Rechte ist Ausfluß der Vertragsfreiheit, der Rundfunkfreiheit und der rechtlich geschützten Position des Veranstalters, der grundsätzlich frei darüber entscheiden kann, ob, in welcher Form und in welchem Umfang er die von ihm organisierte und verantwortete Veranstaltung wirtschaftlich verwerten will. Dazu gehört auch die Vergabe der Übertragungsrechte, häufig eine wesentliche Finanzierungsquelle solcher Veranstaltungen.

Die Vergabe von Übertragungsrechten an nur einen Rundfunkveranstalter ist jedoch nicht nur unter den o.g. Gesichtspunkten, sondern ebenfalls im Lichte der herausragenden gesellschaftlichen Funktion des Rundfunks als Medium und Faktor der öffentlichen Meinungsbildung zu sehen. Vor diesem Hintergrund haben die Regierungschefs der elf alten Bundesländer am 15. März 1990 den Ersten Staatsvertrag zur Änderung des Rundfunkstaatsvertrages vom 1./3. April 1987 unterzeichnet, der erstmals den Rundfunkanbietern unter bestimmten Voraussetzungen

---

[111]) BVerfGE 36, 193, 204.
[112]) BVerfGE 20, 176, 187.
[113]) BVerfGE 33, 367, 383; 38, 312, 321; 44, 353, 374.
[114]) BVerfGE 77, 65, 75.
[115]) BVerfG, NStZ 1982, S. 253 f.
[116]) BVerfGE 77, 65, 77.
[117]) BGH, NStZ 1990, S. 135 f.
[118]) BVerfGE 77, 65, 82.
[119]) BVerfGE 77, 65, 70 f.

ein unentgeltliches Recht auf Fernsehkurzberichterstattung einräumt. Danach hat, unabhängig von einer anderweitigen exklusiven Vergabe der Übertragungsrechte, jeder in Europa zugelassene Fernsehveranstalter bei Veranstaltungen, die öffentlich zugänglich und von allgemeinem Informationsinteresse sind, unentgeltlich das Recht auf Zutritt, kurzzeitige Direktübertragung, Aufzeichnung der gesamten Veranstaltung und deren Auswertung für einen Kurzbericht.[120]) Unter bestimmten Voraussetzungen ist der Berechtigte verpflichtet, sein Sendesignal und seine Aufzeichnung anderen interessierten Fernsehveranstaltern zur Verfügung zu stellen. Die Vorschriften sind inhaltlich unverändert in Art. 1 § 4 RfStV 1991[121]) übernommen worden und zwischenzeitlich auch in einer Reihe von Rundfunkgesetzen der Länder enthalten.

Nach Auffassung der Bundesregierung greifen diese Bestimmungen erheblich in die verfassungsrechtlich geschützten Rechte der privaten Organisatoren sportlicher oder kultureller Veranstaltungen ein, insbesondere in ihr Recht auf Eigentum (Art. 14 GG) und auf freie Berufsausübung (Art. 12 GG). Darüber hinaus werden auch urheberrechtliche Sachverhalte geregelt, für die dem Bund die ausschließliche Gesetzgebungskompetenz zukommt. Deshalb hat die Bundesregierung im Juni 1991 nach Art. 93 Abs. 1 Nr. 2 GG Normenkontrollantrag beim Bundesverfassungsgericht gegen die bereits früher in Kraft getretenen entsprechenden Bestimmungen im nordrhein-westfälischen Rundfunkrecht gestellt. Sie erwartet von dem Normenkontrollverfahren eine verbindliche Klärung darüber, daß Fernsehveranstalter nicht in der Weise und in dem Umfang in den Bereich der Bürger und privaten Unternehmen gegen deren Willen zum Zwecke der Informations- und Bildbeschaffung eindringen dürfen, wie dies in der Länderregelung zur Kurzberichterstattung vorgesehen ist.

Dabei richten sich die Bedenken der Bundesregierung nicht gegen das Ziel, die Information der Bevölkerung über Veranstaltungen und Ereignisse von herausragendem Allgemeininteresse zu gewährleisten, sondern ausschließlich gegen den eingeschlagenen Weg. Sie hatte den Ländern deswegen — allerdings vergeblich — eine andere, nämlich urheberrechtliche Lösung vorgeschlagen, die unter Achtung des Grundgesetzes sowie unter Wahrung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit und der berechtigten Interessen aller Beteiligter den Informationsanspruch der Fernsehzuschauer in gleich effektiver, aber verfassungsrechtlich unbedenklicher Weise erfüllt hätte.

Eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts liegt noch nicht vor. Die Bundesregierung wird ihren urheberrechtlichen Lösungsansatz danach gegebenenfalls weiterverfolgen.

[120]) Zur Entwicklung des Kurzberichterstattungsrechts auf EU-Ebene vgl. Kapitel G.II.7.3.3.

[121]) Veröffentlicht z. B. in: GBl. BW, S. 745.

7 Selbstkontrolle der Presse

7.1 Pressefreiheit und Sorgfaltspflicht der Presse

Die Bundesrepublik Deutschland besitzt unter der Geltung des Grundgesetzes die in der deutschen Geschichte freiheitlichsten Regelungen im Pressewesen, die das Bundesverfassungsgericht maßgeblich durch seine Rechtsprechung mitgestaltet hat. Dies ist Ausfluß der besonderen Rolle, die der Presse — wie den Medien insgesamt — in einem demokratischen Staatswesen zukommt: Die Presse ist neben dem Rundfunk das wichtigste Instrument für die Bildung öffentlicher Meinung, sie ist zugleich ein ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung.

Die weitgehenden Freiheitsrechte der Presse sind aber notwendig mit einer entsprechenden Verantwortung und sich daraus ergebenden Pflichten verbunden. Dies hat das Bundesverfassungsgericht schon frühzeitig festgestellt und ausgeführt, daß diese Pflichten um so ernster genommen werden müssen, je höher man das Grundrecht der Pressefreiheit einschätzt. Die Presse ist um ihrer Aufgabe bei der öffentlichen Meinungsbildung willen gehalten, wahrheitsgemäß zu berichten und Nachrichten und Behauptungen, die sie weitergibt, auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu prüfen.[122]) Unrichtige Information ist unter dem Blickwinkel der Meinungsfreiheit kein schützenswertes Gut[123]); die bewußte Verbreitung unwahrer Tatsachenbehauptungen ist durch Art. 5 Abs. 1 GG nicht geschützt, gleiches gilt für unrichtige Zitate.[124]) Die Verbreitung einer wahrheitsgemäßen, aber rechtswidrig erlangten Information ist hingegen grundsätzlich durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützt, es sei denn, der Publizierende hat sich die Information widerrechtlich durch Täuschung in der Absicht verschafft, sie gegen den Getäuschten zu verwerten.[125])

Diese vor allem journalistischen Sorgfaltspflichten haben Eingang in die Landespressegesetze gefunden und sind dort gesetzlich ausgestaltet worden. Danach hat die Presse alle Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit, Inhalt und Herkunft zu prüfen. Aufgrund der besonderen verfassungsrechtlichen Situation der Presse sehen die Landespressegesetze selbst keine Sanktionen bei Verstößen gegen die Sorgfaltspflicht vor, so daß dieser Bereich weitgehend der Selbstkontrolle der Presse bedarf, wie sie der Deutsche Presserat seit vielen Jahren ausübt.

Neben der Pflicht zur Wahrheit der Berichterstattung ist von der Presse auch eine sorgfältige Recherche, eine verantwortungsbewußte Auswahl der veröffentlichten Informationen und die Achtung berufsethischer Grundsätze zu verlangen. Denn dadurch, daß die Medien bestimmte Informationen veröffentlichen und andere nicht, wird den veröffentlichten Vorgängen ein besonderer Stellenwert beigemessen, der ge-

[122]) Vgl. BVerfGE 12, 113, 130.

[123]) Vgl. BVerfGE 59, 208, 219.

[124]) BVerfGE 61, 1, 8.

[125]) Vgl. BVerfGE 66, 116, 137 ff.

eignet ist, die Qualität des zugrundeliegenden Geschehens im Bewußtsein der Bevölkerung zu verändern: Der entsprechende Vorgang wirkt durch die Veröffentlichung in den Medien in besonderer Weise auf die Meinungsbildung der Bevölkerung ein. Die angesichts der täglichen Informationsflut unausweichlich von den Medien vorzunehmende Nachrichtenselektion bestimmt weitgehend, was unter welchen Umständen als bedeutsamer Vorgang öffentlich diskutiert wird. Mit der Auswahl und Gewichtung von Nachrichten übernehmen die Medien eine große Verantwortung, die immer aus ihrer Bedeutung für das demokratische Staatswesen heraus zu interpretieren ist.

7.2 Selbstkontrollorgan Deutscher Presserat

Aus der Verfassung der Bundesrepublik Deutschland ergibt sich für das Verhältnis des Staates zur Presse das Prinzip der Staatsferne, d.h. der Staat hat sich jeder Einflußnahme auf die Presse zu enthalten. Andererseits bedarf die Presse als wesentlicher Faktor der „Meinungsmacht" einer Kontrolle, die ihre Aufgabe insbesondere bei der Verletzung journalistischer Fairneß und Sorgfalt in dem der Rechtsordnung vorgelagerten berufsethischen Raum findet. Diese Aufgabe hat der Deutsche Presserat übernommen, der sich als ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der deutschen Presse versteht.

Der Deutsche Presserat ist ein Gremium des Trägervereins des Deutschen Presserates e.V., der vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV) und der IG Medien — Druck und Papier, Publizistik und Kunst gebildet wird. Anliegen des Deutschen Presserates ist es u.a., im Interesse der Erhaltung der Pressefreiheit für die Beachtung der Grundregeln eines freien und verantwortlichen Journalismus in Form eines Pressekodex einzutreten, d.h. die Einhaltung selbstverfaßter berufsethischer Grundsätze durch ein mit Verlegern und Journalisten paritätisch besetztes, freiwillig geschaffenes Gremium zu kontrollieren.

Die vier Trägerorganisationen entsenden je fünf Mitglieder in das Plenum des Deutschen Presserates. Aus diesem Plenum wird der zehnköpfige Beschwerdeausschuß gebildet, dem wiederum je zur Hälfte Verleger und Journalisten angehören. Beim Deutschen Presserat[126]) kann sich jeder über Veröffentlichungen in deutschen Zeitungen und Zeitschriften beschweren und einen Verstoß gegen den Pressekodex geltend machen. Der Deutsche Presserat spricht Rügen, Mißbilligungen und Hinweise aus — nahezu alle deutschen Verlage haben sich zum Abdruck der Rügen verpflichtet. 1992 erteilte der Deutsche Presserat insgesamt 14 Rügen, 14 Mißbilligungen und 10 Hinweise. Ein großer Teil der Beschwerden wird durch Vermittlung des Presserates zwischen dem Beschwerdeführer und den Verantwortlichen der beanstandeten Publikation beigelegt.

[126]) Postfach 1447, 53004 Bonn.

Das Interesse des Staates an der Arbeit des Deutschen Presserates findet seinen besonderen Ausdruck in einer seit 1976 gesetzlich begründeten[127]) finanziellen Hilfe, die die Unabhängigkeit des vom Deutschen Presserat eingesetzten Beschwerdeausschusses gewährleisten soll. Der Bund gewährt seinen Zuschuß, der 1993 240 000 DM betrug, unabhängig von der Arbeitsweise und den Entscheidungen des Deutschen Presserates.

Im Berichtszeitraum hat es mehrfach Anregungen gegeben, die Aktivitäten des Deutschen Presserates auch auf die elektronischen Medien auszudehnen oder einen alle Medien umfassenden allgemeinen Medienrat zu etablieren. Solche Überlegungen scheitern aber an den rechtlichen Gegebenheiten.[128])

8 Bundeseinheitlicher Presseausweis

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es wegen der sich aus Art. 5 GG ergebenden Staatsferne der Medien die Einrichtung „Presseausweis" als gesetzlich besonders geschütztes Dokument nicht.

Aufgrund einer „Vereinbarung über die Gestaltung und Ausgabe von bundeseinheitlichen Presseausweisen", die auf Initiative der damals bundesweit agierenden Presseorganisationen zustande kam, wurde jedoch ab 1. Januar 1964 allen hauptberuflich tätigen Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland die Möglichkeit eröffnet, sich gegenüber Polizei und anderen Behörden durch ein einheitlich gestaltetes, den Behörden bekanntgegebenes Dokument bei ihrer Berufsausübung als Journalist auszuweisen. Der Besitz eines bundeseinheitlichen Presseausweises ist aber keine zwingende Voraussetzung für die journalistische Berufsausübung. Der Journalist kann sich bei seiner Arbeit auch mit jedem anderen geeigneten Berufsausweis gegenüber den Behörden legitimieren.

Der bundeseinheitliche Presseausweisvordruck ist für eine bestimmte Periode, die insgesamt sechs Jahre umfaßt, angelegt; allerdings haben die ausgabeberechtigten Verbände die Legitimation jährlich neu zu bestätigen. Auf dem ab dem 1. Januar 1994 geltenden Ausweisvordruck sind die bis dahin auf der Ausweisrückseite angebrachten amtlichen und bahnpolizeilichen Passierscheinvermerke durch einen allgemeinen Hinweis der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder auf die öffentliche Aufgabe der Presse und deren Auskunftsrecht gegenüber Behörden ersetzt worden.

9 Verhaltensgrundsätze Presse/Rundfunk und Polizei

Seit 1971 gibt es die „Verhaltensgrundsätze zwischen Presse und Polizei zur Vermeidung von Behinderun-

[127]) Gesetz zur Gewährleistung der Unabhängigkeit des vom Deutschen Presserat eingesetzten Beschwerdeausschusses vom 18. August 1976 (BGBl. I, S. 2215).

[128]) Vgl. hierzu auch Kapitel E.II.6.

gen bei der Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung". Sie sollen dazu beitragen, Verständnis für die Aufgaben der jeweils anderen Seite zu wecken, um eine sich aus der Verfolgung der eigenen Interessen ergebende Behinderung der Arbeit des anderen so gering wie möglich zu halten.

Die zwischen der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder und dem Deutschen Presserat vereinbarten Grundsätze sind 1982 und 1993 den aktuellen Entwicklungen und Erkenntnissen angepaßt worden.

Die letzte Änderung geht auf eine Reihe von aufsehenerregenden Ereignissen des Jahres 1988 zurück, in deren Verlauf die Interessen von Medien und Polizei erheblich kollidierten und zu Verstimmungen führten (Grubenunglück von Borken; Geiselnahmen von Gladbeck und Bremen; Tagung der Weltbank und des Internationalen Währungsfonds in Berlin). Daraufhin bot der Deutsche Presserat der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder Gespräche an, um das wechselseitige Verständnis für die Aufgaben der Polizei und die Funktion der Medien zu verbessern. In der Konsequenz wurden die Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserates überarbeitet und die Grundsätze für das Verhalten zwischen Presse/Rundfunk und Polizei neu gefaßt. Danach dürfen sich Journalisten, das wurde besonders herausgestellt, während ihrer Berichterstattung über einen Tatverlauf weder zum Werkzeug von Straftätern machen lassen, noch Straftätern eine Möglichkeit zur öffentlichen Selbstdarstellung bieten. Die Polizei wiederum soll die Medien auch in schwierigen Situationen, z. B. Geiselnahmen und Demonstrationen, bei ihren Recherchen unterstützen und frühzeitig, umfassend und verständlich informieren.

Auch wenn die Verhaltensgrundsätze für Presse/Rundfunk und Polizei keine eigenständige rechtsverbindliche Wirkung haben, so kann die Festschreibung der Absicht, verständnisvoll zusammenzuarbeiten, doch wesentlich zu einem entspannten Verhältnis in konfliktträchtigen Situationen beitragen.

V. Medienrelevante Rechtsbereiche

1 Kartellrecht

1.1 Pressefusionskontrolle

1.1.1 Zeitungen

Die Konzentration auf dem Tageszeitungsmarkt in den alten Bundesländern, die bereits im Vorberichtszeitraum ein hohes Niveau erreicht hatte, ist seit 1985 nur geringfügig weiter angestiegen.[129]) Die Pressefusionskontrolle hat sich insoweit im wesentlichen als wirksam erwiesen. Der durch die Fünfte Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vom 22. Dezember 1989[130]) eingeführte Zusammenschlußtatbestand des § 23 Abs. 2 Nr. 6 GWB, der auf das Erlangen eines wettbewerblich erheblichen Einflusses auf ein anderes Unternehmen abstellt, hat eine für die Fusionskontrolle im Pressebereich nicht unbedeutende Lücke geschlossen. Zeitungsverlage haben in der Vergangenheit wiederholt versucht, durch besondere gesellschaftsvertragliche Gestaltungen sowie sonstige Vereinbarungen kontrollfrei auf Wettbewerber einen maßgeblichen Einfluß zu erlangen (z. B. im Fall Axel Springer Verlag (ASV) AG/ „Volksblatt Berlin"). Solche Verflechtungen sind besonders problematisch, denn sie führen auf den lokalen und regionalen Tageszeitungsmärkten, die ohnehin durch eine große Zahl von Monopolstellungen oder ausgeprägte Erstzeitungsstellungen gekennzeichnet sind, zu einer weiteren Verringerung oder gar zum Ausschluß des noch bestehenden Wettbewerbs. Der Zusammenschlußtatbestand des § 23 Abs. 2 Nr. 6 GWB erleichtert es, solche wettbewerblich schädlichen Unternehmensverflechtungen zu erfassen.

In den neuen Bundesländern liegt der Konzentrationsgrad bei Tageszeitungen erheblich über dem der alten Bundesländer. Etwa 90 % der Auflage der regionalen Abonnementzeitungen in den neuen Bundesländern entfällt auf die Nachfolger der 15 SED-Bezirkszeitungen, die von großen, aber auch einigen mittleren westdeutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage erworben wurden. Von den zahlreichen lokalen und regionalen Abonnementzeitungen, die nach der politischen Wende neu gegründet worden waren, sind inzwischen die meisten wieder aus dem Markt ausgeschieden. Auch die ehemaligen Blockparteizeitungen, die vor 1989 die Stellung von Zweit- und Drittzeitungen innehatten, haben nach Übernahme durch potente westdeutsche Verlage in der Zwischenzeit ihr Erscheinen teilweise eingestellt oder sich in einigen Fällen zusammengeschlossen, um gegenüber den dominierenden Erstzeitungen bestehen zu können.

Die Privatisierung der Tageszeitungen in den neuen Bundesländern hatte zwar insoweit eine dekonzentrative Wirkung, als damit auch Verlage in Tageszeitungsmärkte eingetreten sind, die bisher nur am Rande oder gar nicht auf diesen Märkten tätig waren (Gruner + Jahr (G + J): Erwerb des Verlages der „Berliner Zeitung" (Berlin) und Beteiligung am Verlag der „Sächsischen Zeitung" (Dresden); Burda: Erwerb des Verlages der „Schweriner Volkszeitung"; Heinrich Bauer Verlag: Erwerb des Verlages der „Volksstimme" (Magdeburg)). Die Veräußerung der schon zu Zeiten der DDR dominierenden ehemaligen SED-Bezirkszeitungen durch die Treuhandanstalt an westdeutsche Verlage hat jedoch den hohen Konzentrationsgrad auf den regionalen Leser- und Anzeigenmärkten bei Tageszeitungen nicht verringert. Diese wettbewerbspolitisch unerwünschte Konzentration bei Tageszeitungen entzog sich aus rechtlichen und faktischen Gründen dem kartellbehördli-

[129]) Zur wirtschaftlichen Entwicklung der Tagespresse vgl. Kapitel B.II.2.

[130]) BGBl. I, S. 2486, i. d. F. der Neubekanntmachung vom 20. Februar 1990 (BGBl. I, S. 235).

chen Zugriff: Nach dem politischen Umbruch im Herbst 1989 sind große westdeutsche Verlage mit den Verlagen der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen rechtlich nicht zu beanstandende Kooperationen eingegangen und haben diese Zeitungen bei ihrer inhaltlichen und äußeren Umgestaltung unterstützt sowie im technischen Bereich, insbesondere durch die Bereitstellung von Druckmaschinen. Eine Verzögerung bei der Privatisierung dieser Zeitungsverlage, etwa durch den Versuch ihrer Aufteilung in erst noch zu schaffende kleinere Verlagseinheiten, hätte diese Kooperationen unter den in den neuen Bundesländern herrschenden besonderen Bedingungen so verfestigt, daß ihre Auflösung praktisch kaum mehr möglich gewesen wäre. Dies hätte mit hoher Wahrscheinlichkeit zu noch ungünstigeren Marktstrukturen geführt, da einzelne westdeutsche Großverlage mit zwei oder drei ehemaligen SED-Bezirkszeitungen, deren Verbreitungsgebiete sich berührten, kooperiert haben. Bei der Privatisierung dieser Zeitungsverlage hat das Bundeskartellamt verhindert, daß ein Erwerber mehrere ehemalige SED-Bezirkszeitungen mit aneinandergrenzenden Verbreitungsgebieten oder Erst- und Zweit- oder Drittzeitungen eines Gebietes erwarb und dadurch marktbeherrschende Stellungen erlangte oder verstärkte. In mehreren solchen Fällen haben die Beteiligten nach Abmahnung das Vorhaben aufgegeben und die Anmeldung des Zusammenschlußvorhabens zurückgenommen.[131]) In zwei Fällen hat das Bundeskartellamt das angemeldete Zusammenschlußvorhaben untersagt.[132])

Die praktischen Schwierigkeiten der Auflösung verfestigter Kooperationen der beschriebenen Art werden aus dem Fall „Westdeutsche Allgemeine Zeitung" (WAZ; Essen)/Ostthüringer Verlag GmbH (OV) ersichtlich. Nach der Untersagung der Beteiligung der WAZ an der OV hat die WAZ eine eigene Gesellschaft gegründet, von der OV die Mehrzahl der Mitarbeiter abgeworben, unter dem Titel „Ostthüringer Zeitung" (Gera) eine neue Zeitung herausgebracht und mit den bisherigen Kunden der „Ostthüringer Nachrichten" (Gera) der OV Abonnementverträge abgeschlossen. Die Treuhandanstalt mußte daraufhin aus wirtschaftlichen Gründen die „Ostthüringer Nachrichten" der OV einstellen. Sie hat als Eigner der OV wegen des Verhaltens der WAZ mehrere Zivilprozesse eingeleitet. Daraufhin hat die WAZ im Rahmen eines Kompromisses den Verlag der „Ostthüringer Zeitung" auch für andere Gesellschafter geöffnet und ihre Beteiligung auf 40 % reduziert. Da in der Eigengründung der „Ostthüringer Zeitung" durch die WAZ mangels Erwerbsvorgangs kein vom Bundeskartellamt aufgreifbarer Zusammenschlußtatbestand lag, haben die Beteiligten das beim Kammergericht anhängige Verfahren betreffend die Untersagung der Beteiligung der WAZ an der OV für erledigt erklärt.

Das Bundeskartellamt hat eine Reihe weiterer Zusammenschlüsse von Zeitungsverlagen in den alten Bundesländern nach § 24 Abs. 1 GWB untersagt oder mit der Folge abgemahnt, daß die Verlage ihr Vorhaben aufgegeben haben. Hierbei handelte es sich um folgende Fallgestaltungen:

- Der Verlag einer marktbeherrschenden Tageszeitung beteiligt sich an einem Tageszeitungsunternehmen mit einer marktbeherrschenden Stellung in einem anderen Verbreitungsgebiet (ASV AG/Kieler Nachrichten GmbH; Flensburger Zeitungsverlag/„Schleswig-Holsteinische Landeszeitung" (Rendsburg) — in diesem Fall ist die Untersagungsverfügung des Bundeskartellamtes allerdings vom Kammergericht aufgehoben worden).
- Ein Tageszeitungsverlag schließt sich mit einem anderen Tageszeitungsverlag mit identischen oder sich überschneidenden Verbreitungsgebieten zusammen („Lübecker Nachrichten"/„Stormarner Tageblatt" (Bad Oldesloe); ASV AG/„Volksblatt Berlin"; ASV AG/Verlag A. Beig (u. a. „Pinneberger Tageblatt"); GfB-Westdeutsche Allgemeine Zeitung/„Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung"; Mainpresse Richter Druck/„Bote vom Grabfeld" (Bad Königshofen)).
- Ein Verlag erwirbt im Verbreitungsgebiet seiner marktbeherrschenden Tageszeitung eine Beteiligung an einem Anzeigenblatt bzw. Offertenblatt (C. H. Wäser — Kieler Zeitung KG/Kieler Markt KG; „Hamburger Wochenblatt"/Schlei Verlag).

1.1.2 Allgemeine Publikumszeitschriften

Der Markt für Publikumszeitschriften[133]) ist anders als der Zeitungsmarkt strukturiert. Räumlich handelt es sich in der großen Mehrzahl der Fälle um bundesweite Leser- und Anzeigenmärkte. Auf dem Lesermarkt sind benachbarte und ineinander übergehende Märkte für die hochauflagigen allgemeinen Publikumszeitschriften, für die Programmzeitschriften (Rundfunkzeitschriften), die Frauenzeitschriften, die niedrigpreisigen Yellow-Press-Objekte und die speziellen Publikumszeitschriften (Special-Interest-Zeitschriften) abzugrenzen. Im Anzeigensektor der Publikumszeitschriften überregionaler Verbreitung ist von einem einheitlichen bundesweiten Markt auszugehen. Diese Zeitschriften sind im wesentlichen Werbeträger für die national verbreitete Markenartikelwerbung. Die Publikumszeitschriftenmärkte und der Anzeigenmarkt für Publikumszeitschriften weisen einen hohen Konzentrationsgrad auf. Untersagungen von Zusammenschlüssen sind im Berichtszeitraum nicht erfolgt.

[131]) Dazu gehört u. a. die ASV AG, die sich an den Verlagen der „Sächsischen Zeitung" (Dresden) und der „Märkischen Allgemeinen" (Potsdam) beteiligen wollte; ebenso die Kieler Nachrichten GmbH, die eine Beteiligung am Verlag der „Schweriner Volkszeitung" anstrebte.

[132]) Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag GmbH & Co. Zeitschriften und Beteiligungs KG (WAZ): Beteiligung an der Ostthüringer Verlag GmbH (Gera); ASV AG: Beteiligung an dem Anzeigenblattverlag Stadt-Anzeiger Werbe- und Verlagsgesellschaft mbH (Leipzig).

[133]) Zur wirtschaftlichen Entwicklung der Publikumszeitschriften siehe Kapitel B.II.3.1. und B.II.3.2.4.

1.1.3 Special-Interest- und Fachzeitschriften

Zahlreiche Zusammenschlüsse haben sich bei Special-Interest- und Fachzeitschriften vollzogen, ohne daß sich das Bundeskartellamt gezwungen sah, sie zu untersagen. Die beteiligten Unternehmen erreichen auf ihren im allgemeinen sachlich eng abzugrenzenden Leser- und Anzeigenmärkten zwar oft relativ hohe Marktanteile, nicht aber eine überragende Marktstellung. Maßgebend dafür sind insbesondere die niedrigen Marktzutrittsschranken, weil der Erfolg einzelner Zeitschriften weniger von großen finanziellen Ressourcen als von der Qualität einzelner Redakteure abhängt. Dieses ermöglicht es auch kleinen und mittleren Verlagen, etwa aus dem wettbewerblichen Umfeld, ohne übermäßige Anstrengungen kurzfristig in den Markt einer Special-Interest- oder Fachzeitschrift einzudringen. Wettbewerbliche Bedenken nach § 24 Abs. 1 GWB ergaben sich im Vorfeld einiger geplanter Zusammenschlüsse, wenn der Verlag einer Fachzeitschrift, die als maßgebliches Generalobjekt die wesentlichen Bereiche eines Sachgebietes abdeckt, durch Erwerb von Spezialobjekten im wettbewerblichen Umfeld seine ohnehin schon sehr starke Marktstellung hätte absichern können. Den Bedenken haben die Verlage durchweg durch Aufgabe der Zusammenschlußvorhaben Rechnung getragen.

Auf den Zeitschriftenmärkten der DDR wurden, im Vergleich zu den westdeutschen Märkten, weitaus weniger Titel von einer deutlich geringeren Anzahl von Verlagen angeboten. Versuche westdeutscher Verlage, bestehende Marktstellungen zu übernehmen und auszubauen, waren nur in wenigen Fällen erfolgreich. Zahlreiche Titel werden heute nicht mehr angeboten oder nur noch als Untertitel geführt.

1.2 Pressevertrieb

Unabdingbare Voraussetzung für ein Pressevertriebssystem, das die Pressevielfalt fördern und sichern soll, ist die Neutralität der Presse-Grossisten. Diese Neutralität und damit das Pressevertriebssystem[134]) insgesamt wären gefährdet, wenn sich die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage über den bisherigen Umfang hinaus an Grossisten beteiligten. Es entfiele die strukturelle Absicherung der Neutralität des Pressevertriebs und mit ihr eine wesentliche Voraussetzung für die Marktzutritts- und Entwicklungschancen insbesondere kleiner Verlage und auflagenschwächerer Presseerzeugnisse.

Das Bundeskartellamt war im Rahmen von Zusammenschlußkontrollverfahren nach §§ 23 ff. GWB und Untersagungsverfahren nach § 37a Abs. 1 GWB i.V.m. § 1 GWB (Kartellverbot) mit dem Vordringen von Verlagen in den Presse-Grosso-Bereich befaßt. Insbesondere hat es gegenüber den Zeitungs- und Zeitschriftenunternehmen durchgesetzt, daß sich in den neuen Bundesländern neben den von Verlagen teilweise noch vor der Wiedervereinigung gegründeten Grossisten auch solche ohne Verlagsbeteiligung etablieren konnten und diese mit Verlagserzeugnissen beliefert werden. Damit ist die Neutralität der Pressevertriebssysteme insoweit auch in den neuen Bundesländern strukturell abgesichert.

Im einzelnen handelte es sich um folgende Verfahren:
Nach Zahlungsunfähigkeit des mittelständischen Presse-Grossisten Pfaad Buch- und Zeitschriften-Großvertrieb GmbH, Mannheim, im Jahre 1988 haben die Verlage die Bezugsrechte für dieses Vertriebsgebiet nicht mehr an einen Grossisten ohne Verlagsbeteiligung, sondern an die neu gegründete verlagseigene Presse-Vertrieb Pfalz GmbH & Co KG (PVP), Worms, später Frankenthal, übertragen. Dieser Vorgang unterlag nicht der Zusammenschlußkontrolle der §§ 23 ff. GWB, weil die PVP zunächst als 100 %ige Tochtergesellschaft der ASV AG gegründet wurde (internes Wachstum), die anschließend Beteiligungen an ihr unterhalb der Schwelle von Zusammenschlußtatbeständen an eine Reihe weiterer Verlage veräußert hat. Auch ließen sich für das Zusammenwirken der Verlage in der PVP aufgrund der gesellschaftsvertraglichen Regelungen und der besonderen tatsächlichen Umstände, vor allem der auf ein relativ kleines Gebiet begrenzten und bis dahin einmaligen gemeinsamen Vertriebstätigkeit der Verlage, weder auf der Stufe der Grosso-Vertriebsleistungen noch auf der nachgelagerten Verlagsstufe die Untersagungsvoraussetzungen des § 37a Abs. 1 GWB i.V.m. § 1 GWB nachweisen.

Nach der politischen Wende im November 1989 in der DDR waren die vier Großverlage Heinrich Bauer Verlag, ASV AG, G + J (alle Hamburg) und Burda GmbH, München, bestrebt, flächendeckend für das Gebiet der DDR ein durch die Verlage bestimmtes Pressevertriebssystem zu errichten. Zunächst haben die genannten vier Presseunternehmen Verhandlungen mit der Deutschen Post der DDR über die Gründung eines paritätischen Gemeinschaftsunternehmens für den Pressevertrieb geführt, denn die Deutsche Post hatte in der DDR ein Pressevertriebsmonopol.[135]) Nachdem dieses Vorhaben am Widerstand des „Runden Tisches"[136]) gescheitert war, haben die vier Großverlage ein Modell für das Presse-Grosso in der DDR entwickelt. Nach diesem Modell sollten sich an etwa 15 zu gründenden Presse-Grosso-Unternehmen mit abgegrenzten Gebieten für den Vertrieb von Presseerzeugnissen jeweils DDR-Verlage mit zusammen 25 %, ein DDR-Unternehmen als geschäftsführender Gesellschafter mit ebenfalls 25 % und die vier Großverlage sowie sechs weitere Presseunternehmen aus der Bundesrepublik Deutschland mit zusammen 50 % beteiligen. Es war gedacht, die Anteile der westdeutschen Verlage in einer Vorschaltgesellschaft zusammenzufassen, in der die vier Großverlage die Mehrheit gehabt hätten. Gegen dieses Vorhaben hatte das Bundeskartellamt Bedenken erhoben, weil es einen Zusammenschlußtatbestand begründete, dessen Vollzug sich im Geltungsbereich des GWB ausgewirkt und dort die Un-

[134]) Zu Aufbau und Struktur des Pressevertriebssystems vgl. Kapitel B.II.5.

[135]) Vgl. hierzu Kapitel B.II.5.3.

[136]) Vgl. hierzu Kapitel D.I., dort insbesondere Fußnote 3.

tersagungsvoraussetzungen des § 24 Abs. 1 GWB erfüllt hätte. Das gilt insbesondere für den Wettbewerb der beteiligten Großverlage als Nachfrager von Grosso-Vertriebsleistungen. Die vier Großverlage bildeten auf dieser Stufe mit einem Marktanteil von damals knapp 60 % ein Oligopol. Aufgrund der Bedenken des Bundeskartellamtes haben die vier Großverlage das Vorhaben so geändert, daß die Beteiligung der westdeutschen Verlage keinen Zusammenschlußtatbestand mehr begründete, insbesondere die vier Großverlage keinen beherrschenden Einfluß auf die geplanten Presse-Grossisten erhielten und das Vorhaben daher nicht mehr der Zusammenschlußkontrolle des GWB unterlag. Man hat auf die Vorschaltgesellschaft verzichtet und die Beteiligung der vier Großverlage auf 25 % begrenzt. Die restlichen für westdeutsche Verlage vorgesehenen Anteile von 25 % sollten von mindestens 13 Verlagen erworben werden.

Bei Abschluß der fusionsrechtlichen Prüfung im Frühjahr 1990 hat das Bundeskartellamt für den Fall seiner Zuständigkeit nach der Vereinigung beider deutscher Staaten erklärt, es werde die Einführung des geänderten Modells nicht wegen Verstoßes gegen das Kartellverbot des § 1 GWB untersagen, wenn bis zur Vereinigung keine Presse-Grossisten ohne Verlagsbeteiligung auf dem Gebiet der ehemaligen DDR tätig sein sollten und ein gefestigtes Presse-Grosso-System mit Verlagsbeteiligung entstanden sei. Da beide Voraussetzungen bei der Vereinigung nicht erfüllt waren, hat das Bundeskartellamt wegen des Zusammenwirkens der vier Großverlage in den Grosso-Unternehmen mit Verlagsbeteiligung Untersagungsverfahren nach § 37 a Abs. 1 i. V. m. § 1 GWB eingeleitet. Es hat dieses Verfahren im Sommer 1992 eingestellt, nachdem es erreicht hatte, daß die Großverlage neben acht Grossisten mit Verlagsbeteiligung weitere zehn Grossisten ohne Verlagsbeteiligung mit ihren Erzeugnissen zu Konditionen beliefern, die denen des Pressevertriebs in den alten Bundesländern entsprechen. Die Grossisten ohne Verlagsbeteiligung sind nunmehr auch nach eigener Einschätzung zu einem dauerhaften und wirtschaftlichen Pressevertrieb in der Lage.

Der intensiver gewordene Wettbewerb der Zeitschriftenverlage auf der Verlagsstufe und die Abhängigkeit der erzielbaren Anzeigenerlöse von der Höhe der verkauften Auflage veranlassen manche Verlage nach wie vor zu einer mengenmäßig hohen Belieferung des Handels unter Inkaufnahme hoher Remissionsquoten. Hierdurch und durch andere Formen nicht bedarfsgerechter Belieferung sowie durch bestimmte Abrechnungspraktiken sah sich eine Reihe von Einzelhändlern von den jeweils Monopolstellungen einnehmenden Grossisten unangemessen behandelt. Fälle dieser Art haben wegen der räumlich begrenzten wettbewerblichen Auswirkungen regelmäßig die Landeskartellbehörden bearbeitet.

1.3 Rundfunk

Der Marktzutritt privatwirtschaftlicher Unternehmen zu den bis Anfang der achtziger Jahre öffentlich-rechtlich strukturierten Rundfunkmärkten hat zu einer Belebung des ökonomischen und publizistischen Wettbewerbs geführt[137]). Das Bundeskartellamt ist bestrebt, wettbewerbliche Strukturen auf den Medienmärkten zu sichern und den Marktzutritt für private Hörfunk- und Fernsehanbieter offen zu halten, soweit das Instrumentarium der Fusionskontrolle und des Kartellverbots dies ermöglicht.

Die Rechtsprechung des Kammergerichts, des Bundesgerichtshofs und implizit auch des Bundesverfassungsgerichts (4. Rundfunkurteil)[138]) hat inzwischen klargestellt: Das GWB ist auch im Bereich des Rundfunks anwendbar, der grundsätzlich der gesetzlichen Regelungsbefugnis der Länder unterliegt, soweit es sich um wirtschaftliche Vorgänge handelt.

Im Rahmen der Fusionskontrolle kann das Bundeskartellamt allerdings nur Unternehmensverbindungen prüfen, die Zusammenschlußtatbestände im Sinne des § 23 Abs. 2 GWB darstellen und bestimmte, gesetzlich vorgegebene Größenkriterien erfüllen. Da die Mediengesetze selbst und/oder die Landesmedienanstalten bei der Lizenzvergabe regelmäßig Beteiligungsbeschränkungen vorsehen, handelt es sich bei Rundfunkanbietern i. d. R. um Gemeinschaftsunternehmen mit vielen Gesellschaftern. In einigen Fällen übersteigt die Beteiligung der einzelnen Gesellschafter nicht die vom Gesetz nach § 23 Abs. 2 Nr. 2 a GWB festgelegte 25 %-Schwelle. Eine Fusionskontrolle kommt bei solchen Beteiligungen unter 25 % nur in Betracht, wenn aufgrund von Sperrechten oder anderen entsprechenden Einflußmöglichkeiten einer der Umgehungstatbestände des § 23 Abs. 2 GWB erfüllt ist.

Im Fernsehbereich hat sich die Wettbewerbsposition der privatwirtschaftlichen TV-Veranstalter seit ihrem Sendebeginn gegenüber den öffentlich-rechtlichen Anstalten laufend verbessert. Das Problem der geringen technischen Reichweite der privaten Veranstalter ist für RTL und SAT.1 durch neue terrestrische Frequenzen in Ballungsgebieten und zunehmende Kabel- und Satellitenanschlüsse weitgehend gelöst. RTL und SAT.1 haben ihre Stellung als Anbieter bundesweiter Vollprogramme gefestigt und hinsichtlich der Werbeeinnahmen die öffentlich-rechtlichen Anstalten überflügelt. Auch Pro 7 verfügt als Vollprogramm mit Schwerpunkt Spielfilm über eine gefestigte Marktposition. Der Sendebeginn des Nachrichtenkanals n-tv sowie der Vollprogramme VOX und RTL 2 markierte eine zweite Gründungswelle im Privatfernsehen. Diese Programmanbieter sind allerdings überwiegend auf die Verbreitung in Kabelnetzen angewiesen, wodurch ihre Wettbewerbsposition gegenüber den etablierten Sendern ungünstiger ist.

Aufgrund von Mehrfachbeteiligungen großer Medien- und Verlagskonzerne (ASV AG, Leo-Kirch-Gruppe, CLT, Bertelsmann AG), familiärer Verbindungen, Vermarktungsgemeinschaften und Verflechtungen von Anteilseignern reduziert sich der unternehmerische Wettbewerb innerhalb des privaten Programmangebots tendenziell jedoch auf zwei

---

[137]) Vgl. hierzu auch Kapitel B.III.

[138]) Vgl. hierzu auch Kapitel D.III.3.1.

Gruppierungen. Dem ASV und dem Filmhändler Leo Kirch sind SAT.1, Deutsches Sportfernsehen (DSF), Pro 7 und Der Kabelkanal zuzuordnen, der CLT und Bertelsmann die Fernsehprogramme RTL, RTL 2 und VOX. An dem Pay-TV-Programm Premiere sind sowohl Bertelsmann als auch die Kirch-Gruppe beteiligt. Zwar bestehen keine kartellrechtlich erfaßbaren Beherrschungs- bzw. Abhängigkeitsverhältnisse, doch ist der Wettbewerb innerhalb der Gruppierungen aus den genannten Gründen als eingeschränkt anzusehen.

Bei der materiellen fusionsrechtlichen Prüfung von TV-Beteiligungen geht das Bundeskartellamt auf dem Fernsehwerbemarkt unter Einschluß der öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter ARD und ZDF von einem Oligopol aus, das im Innenverhältnis strukturbedingt durch wesentlichen Wettbewerb gekennzeichnet ist. Einen Zuschauermarkt grenzt es nicht ab, da zwischen Fernsehanbietern und Zuschauern keine marktliche Austauschbeziehung in Form einer konsumabhängigen Entgeltzahlung besteht. Neben dem Fernsehwerbemarkt prüft das Bundeskartellamt in den Fällen, in denen die Zusammenschlußbeteiligten selbst oder über mit ihnen verbundene Unternehmen auch auf den Beschaffungsmärkten tätig sind, die Auswirkungen des Zusammenschlusses auf diese Beschaffungsmärkte. Von großer Bedeutung sind dabei der Markt für Fernsehrechte an Spielfilmen und Serien sowie der Markt für Sportübertragungsrechte. Während auf dem Sportrechtemarkt intensiver Wettbewerb herrscht, verfügt die Kirch-Gruppe auf dem Markt für Filmrechte über eine starke Stellung als Nachfrager von Filmverwertungsrechten gegenüber den Verleihern bzw. Produzenten und als Anbieter dieser Verwertungsrechte gegenüber den Programmveranstaltern. Daher prüft das Bundeskartellamt in Fällen, in denen die Kirch-Gruppe beteiligt ist, ob sie ihre Position auf dem Markt für Filmrechte durch den Zugang zu einem Absatzkanal in wettbewerbsrechtlich erheblicher Weise verstärkt. Das Engagement von Leo Kirchs Sohn Thomas bei Pro 7 und Der Kabelkanal war allerdings allein aufgrund der verwandtschaftlichen Beziehungen fusionsrechtlich nicht zu erfassen.

Im Hörfunkbereich gibt es inzwischen in allen Bundesländern neben den öffentlich-rechtlichen auch privatwirtschaftliche Anbieter. Bislang konnten sich insbesondere die landesweit sendenden Programmveranstalter etablieren, während eine Reihe von Lokalradios kaum noch kostendeckend zu betreiben ist. Im Hörfunkbereich unterscheidet das Bundeskartellamt neben dem Markt für Hörfunkprogramme, die Produzenten einzelnen lokalen Veranstaltern gegen Entgelt überlassen, in räumlicher Hinsicht lokale, regionale und überregionale Werbemärkte.

In der Gründungsphase privater Hörfunkveranstalter versuchten einzelne öffentlich-rechtliche Anstalten durch den Erwerb von Beteiligungen an Anbietern von werbegestützten Hörfunkprogrammen die Belebung der Märkte zu verhindern. Die Fusionskontrolle konnte diese Bestrebungen weitgehend unterbinden. So hat das Bundeskartellamt die Beteiligung des WDR an Radio NRW in Höhe von 30 % untersagt. Die Beteiligung des WDR an seinem ersten und einzigen Wettbewerber, dem privaten landesweiten Mantelprogrammanbieter Radio NRW, hätte die marktbeherrschende Stellung des WDR auf dem Werbemarkt in Nordrhein-Westfalen verstärkt. Das Kammergericht hat 1991 die Entscheidung des Bundeskartellamtes bestätigt.[139]) Ähnlich war die Lage im Fusionsfall SR/Euro Radio Saar GmbH (Radio Salü) auf dem landesweiten Hörfunkwerbemarkt im Saarland. In beiden Fällen ist bzw. wird die Beteiligung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten so eingeschränkt, daß keine Zusammenschlußtatbestände mehr vorliegen. Da beide Zusammenschlüsse vor Inkrafttreten der Fünften Novelle zum GWB aus dem Jahre 1989 vollzogen worden waren, konnte das Bundeskartellamt bei den Entflechtungsmaßnahmen noch nicht auf den Maßstab des neuen Zusammenschlußtatbestandes des § 23 Abs. 2 Nr. 6 GWB abstellen.

Der Marktzutritt überregionaler Hörfunkanbieter, an denen öffentlich-rechtliche Sender nicht beteiligt sind, belebt den Wettbewerb auf dem überregionalen Hörfunkwerbemarkt, auf dem die öffentlich-rechtlichen Hörfunkveranstalter zuvor eine Monopolstellung innehatten. Allerdings sind zum Teil neue Monopolstellungen auf lokaler Ebene, insbesondere in Nordrhein-Westfalen geschaffen worden, indem für ein bestimmtes Sendegebiet lediglich ein Hörfunkveranstalter eine Lizenz erhielt. Da für diese Alleinstellungen auf dem lokalen Hörfunkmarkt die Lizenzvergabepraxis der Landesmedienanstalt und nicht Zusammenschlußtatbestände ursächlich waren, ließen sich diese marktbeherrschenden Positionen wettbewerbsrechtlich nicht angreifen. Dort, wo Landesmedienanstalten mehrere Frequenzen vergeben haben, etwa in den Ballungsräumen Berlin, Hamburg, München oder Nürnberg, herrscht lebhafter Wettbewerb auf dem jeweiligen lokalen Hörfunkwerbemarkt. In Bayern droht jedoch dieser Wettbewerb eingeschränkt zu werden. Die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien plant, möglichst alle an dem jeweiligen Frequenzstandort vertretenen Veranstalter zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit an einem sog. Funkhaus zu beteiligen. Eine solche Entwicklung könnte die selbständige Vermarktung der Werbezeiten durch die Beteiligten gefährden und zu einem Verstoß gegen das Kartellverbot des § 1 GWB führen.

Neben den genannten Problemfeldern gilt die besondere Aufmerksamkeit des Bundeskartellamtes dem Substitutionswettbewerb zwischen der lokalen bzw. regionalen Hörfunkwerbung und der Anzeigenwerbung in Zeitungen, Anzeigen- und Offertenblättern, deren Verbreitungsgebiet sich weitgehend mit dem Sendegebiet des Hörfunkveranstalters überschneidet. Wenn Zeitungsverlage in ihrem Verbreitungsgebiet auf dem Anzeigenmarkt über eine marktbeherrschende Stellung verfügen, kann ihre Beteiligung an einem Hörfunkunternehmen im gleichen Gebiet zur Absicherung dieser Stellung führen. In den vom Bundeskartellamt geprüften Fällen kam es bisher zu keiner Untersagung wegen einer Beschränkung dieses Substitutionswettbewerbs. Entweder waren die Zei-

---

[139]) ZUM 1992, S. 436ff.

tungsverlage aufgrund ihrer Beteiligungshöhe in Verbindung mit den jeweiligen gesellschaftsvertraglichen Regelungen nicht in der Lage, entsprechende Schutzstrategien in den Hörfunkunternehmen durchzusetzen, oder der Verlagssender stand im Wettbewerb mit anderen Hörfunkveranstaltern, so daß eine Schutzstrategie zugunsten der eigenen Zeitungen wettbewerblich auf dem Hörfunkwerbemarkt nicht durchführbar war. Andere Fälle, in denen durch die Beteiligung eines Zeitungsverlages an einem Hörfunkveranstalter eine Gefahr für den Substitutionswettbewerb bestand, unterlagen nicht der Fusionskontrolle. So errichteten in Nordrhein-Westfalen stets die Erstzeitungen die nach Landesrecht vorgesehenen Betriebsgesellschaften als 100 %ige Eigengründungen. Diese Gründungen unterlagen als interne Vorgänge nicht der Fusionskontrolle. In einem zweiten Schritt haben diesen Zeitungen dann in kartellrechtlich nicht angreifbarer Weise gemäß der Vorgabe des Landesrundfunkgesetzes, alle im Sendegebiet erscheinenden Tageszeitungen zu beteiligen, Zweit- und Drittzeitungen als Mitgesellschafter aufgenommen.

In den neuen Bundesländern hat es bei der Einführung von landesweitem und regional/lokalem privaten Hörfunk bislang keine kartellrechtlichen Probleme gegeben. Lizenzen wurden regelmäßig an Anbietergemeinschaften mit breit gestreuter Beteiligung, vor allem auch regionaler Interessenten, vergeben. Beteiligt sind dabei zwar meist auch Zeitungsverlage, deren Blätter im Verbreitungsgebiet der Hörfunksender erscheinen, doch konnten gerade die führenden unter ihnen bereits aufgrund entsprechender Regelungen in den neuen Landesrundfunkgesetzen keine gesellschaftsrechtliche Position erlangen, die ihnen einen vorherrschenden Einfluß einräumte. Das Entstehen sog. Doppelmonopole wurde auf diese Weise vermieden. Etwas anders gestaltet sich die Situation im Raum Berlin/Brandenburg. Dort hat mit der Neuen Berliner Rundfunk GmbH & Co KG der privatisierte Nachfolger des Staatsrundfunks der ehemaligen DDR eine Sendelizenz erhalten. An dieser Veranstaltergemeinschaft haben sich die Verlage dreier großer in Berlin und Brandenburg erscheinender Tageszeitungen („Berliner Zeitung", „Märkische Oderzeitung" (Frankfurt/Oder), „Märkische Allgemeine" (Potsdam) maßgeblich beteiligt. Dennoch hat das Bundeskartellamt auch diesen Zusammenschluß nicht untersagt, weil der Berliner Rundfunk auf dem betroffenen Hörfunkwerbemarkt, der durch das Land Berlin und den größten Teil des Landes Brandenburg gebildet wird, dem Wettbewerb zahlreicher anderer Hörfunkveranstalter ausgesetzt ist. Fünf der Wettbewerber haben einen zum Teil um ein Vielfaches höheren Marktanteil als der Berliner Rundfunk. Bei dieser Wettbewerbsstruktur auf dem Hörfunkwerbemarkt haben die Beteiligungen auch keine negativen Auswirkungen auf die Wettbewerbsstruktur der Anzeigenmärkte im Verbreitungsgebiet des Berliner Rundfunks.

Zu Beginn der neunziger Jahre zeigt sich: Der Marktzutritt der Privaten hat den Wettbewerb im Rundfunksektor zwar belebt, gleichzeitig hat sich jedoch in vielen Regionen ein sehr hohes intra- und intermediäres Konzentrationsniveau herausgebildet. Das Instrument der Fusionskontrolle — wie auch das der Verhaltenskontrolle — ermöglicht nur begrenzt die Sicherung wettbewerblicher Strukturen und Verhaltensweisen im Medienmarkt. Die materiellen Regelungen der Landesrundfunkgesetze und des Rundfunkstaatsvertrages sind hier grundsätzlich besser geeignet, den Meinungswettbewerb zwischen Medienunternehmen im Sinne der gesellschaftspolitisch erwünschten und verfassungsrechtlich geschützten Meinungs- und Informationsvielfalt und damit im Ergebnis auch den wirtschaftlichen Wettbewerb über das im Rahmen des GWB Mögliche hinaus zu sichern.

1.4 Bücher und Filmtheater

Der Markt der Buchverlage ist geprägt von wenigen Groß- und einer Vielzahl von Mittel- und Kleinverlagen.[140]) Konzentrationstendenzen waren bislang unbedeutend. Wie häufige, auch erfolgreiche Neugründungen von Verlagen zeigen, haben auch kleinere Unternehmen in diesem Bereich eine Überlebenschance, vor allem dann, wenn sie sich auf bestimmte Gebiete spezialisieren.

Von den etwa 70 Verlagen der ehemaligen DDR wurde der überwiegende Teil von westdeutschen Verlagen übernommen. In vielen Fällen kam es zu einer Wiedervereinigung von nach dem Zweiten Weltkrieg getrennten Verlagen. Soweit bekannt, sind nur noch drei Verlage im Besitz von Bürgern der ehemaligen DDR. Diese Unternehmen wurden im Wege des Management-buy-out übernommen. Bei einigen Verlagen ist die Privatisierung noch nicht abgeschlossen. Die Veräußerung der Verlage der ehemaligen DDR führte in keinem Fall zur Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung und somit kam es auch nicht zu einer Untersagung eines Zusammenschlusses.

Die Lage des Buchhandels in den alten Bundesländern hat sich seit 1985 nicht wesentlich verändert. In der ehemaligen DDR gab es etwa 700 volkseigene Buchhandlungen und etwa 300 in anderen Eigentumsformen. Der größte Teil der volkseigenen Buchhandlungen wurde an westdeutsche Unternehmen verkauft, jedoch liegen dem Bundeskartellamt hierüber keine genaueren Zahlen vor. Dies liegt zum einen daran, daß viele Verkäufe schon vor der Wiedervereinigung stattfanden, das GWB zu dieser Zeit nur in den alten Bundesländern galt und die Übernahmen sich dort nicht auswirkten; deshalb bestand keine Anzeigepflicht. Zum anderen besteht diese nur dann, wenn die am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen einen Umsatz von mindestens 500 Mio. DM haben, der im Buchhandelsbereich nur sehr selten, nämlich regelmäßig nur dann erreicht wird, wenn eine beteiligte Buchhandlung Tochtergesellschaft eines umsatzstarken Unternehmens ist.

Maßgeblich für die Entwicklung des Kinobereichs war im Berichtszeitraum das Aufkommen der Multiplex-Kinos und die Herstellung der Einheit Deutsch-

[140]) Zur Entwicklung im Buchverlagswesen, im Buchhandel und in der Filmbranche siehe auch Kapitel B.II.4 und Kapitel B.V.

lands. Da bei der Errichtung von Multiplex-Kinos keine Zusammenschlußtatbestände erfüllt wurden, fand keine kartellrechtliche Kontrolle statt. Eine bevorzugte Belieferung der Multiplex-Kinos mit Spitzenfilmen ist bisher nicht bekannt geworden, deshalb gab es auch unter Diskriminierungsgesichtspunkten keinen Anlaß für ein kartellbehördliches Einschreiten. In der ehemaligen DDR bestanden etwa 850 Kinos, von denen nach der Wiedervereinigung noch etwa 400 in Betrieb waren. Soweit westdeutsche Kinounternehmen sich an ihnen beteiligten oder sie übernahmen, fand keine Fusionskontrolle statt, da bei diesen Zusammenschlüssen die Umsatzgrenze von 500 Mio. DM nicht erreicht wurde.

2 Urheberrecht

Der Medienbericht 1985 beschreibt die Urheberrechtsnovelle vom 24. Juni 1985. Über die Auswirkungen dieser Novelle und sonstige Fragen des Urheber- und Leistungsschutzrechts, namentlich über die Einwirkungen der technischen Entwicklung auf diese Rechtsbereiche, hat die Bundesregierung die gesetzgebenden Körperschaften durch den Bericht vom 7. Juli 1989[141]) unterrichtet. Diesem Bericht war ein im Auftrag des Bundesministeriums der Justiz erstelltes Gutachten des ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung über die volkswirtschaftliche Bedeutung des Urheberrechts beigefügt, welches die erhebliche und tendenziell dynamisch zunehmende Bedeutung der urheberrechtsbezogenen Wirtschaftszweige für die Volkswirtschaft offenlegte.

Folgende gesetzgeberische Maßnahmen zur Fortentwicklung und Stärkung des urheberrechtlichen Schutzinstrumentariums wurden im Berichtszeitraum auf Vorschlag der Bundesregierung getroffen:

○ Das Gesetz zur Stärkung des Schutzes des geistigen Eigentums und zur Bekämpfung der Produktpiraterie (PrPG) vom 7. März 1990[142]) hat u.a. die Schutzvorkehrungen des Urheberrechts gegen gezielte und massenhafte illegale Vervielfältigung und Verbreitung urheberrechtlich geschützter Produkte wesentlich verbessert. Das gilt für die zivilrechtlichen Vorkehrungen ebenso wie für strafrechtliche Sanktionen. Neu eingeführt wurde die Möglichkeit der Grenzbeschlagnahme von offensichtlich urheberrechtsverletzenden Waren durch die Zollbehörden. Insbesondere bei der Bekämpfung der Tonträgerpiraterie hat sich dieses neue Instrument bereits bewährt. Im übrigen hat die Bundesregierung den gesetzgebenden Körperschaften im Februar 1993 einen umfassenden Bericht über die Auswirkungen der durch das Produktpirateriegesetz eingeführten neuen Maßnahmen vorgelegt.[143])

○ Der Rat der EG hat am 14. Mai 1991 die Richtlinie 91/250/EWG über den Rechtsschutz von Computerprogrammen verabschiedet. Der innerstaatlichen Umsetzung dieser Richtlinie dient das Zweite Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes vom 9. Juni 1993.[144]) Die europäische Harmonisierung dieses Rechtsbereichs bedeutet für Deutschland eine inhaltliche Klärung und Verstärkung des urheberrechtlichen Schutzes für Computer-Software, der in Deutschland zwar grundsätzlich schon spätestens seit 1985 besteht, jedoch durch eine bisher verhältnismäßig restriktive Rechtsprechung der deutschen Gerichte in der Frage der sog. Schöpfungshöhe (§ 2 Abs. 2 Urheberrechtsgesetz) dem berechtigten wirtschaftlichen Interesse der Software-Industrie an der urheberrechtlichen Absicherung ihrer Produkte nicht ausreichend Rechnung trug. Die neuen Rechtsregeln sind in einen Sonderabschnitt des Urheberrechtsgesetzes eingefügt. Sie klären auch verschiedene Fragen der Abgrenzung der Befugnisse zwischen den urheberrechtlich Berechtigten und den legitimierten Benutzern von Software in Durchführung der EG-Richtlinie.

141) BT-Drs. 11/4929.
142) BGBl. I, S. 422.
143) BT-Drs. 12/4427.

3 Verlagsrecht

Die Rechtsbeziehungen zwischen dem Verleger und dem Verfasser eines Werkes sind im Gesetz über das Verlagsrecht vom 19. Juni 1901[145]), zuletzt geändert durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte vom 9. September 1965[146]), geregelt. Änderungen waren im Berichtszeitraum nicht erforderlich.

4 Pressestatistikgesetz

Seit 1975 wird die Pressestatistik jährlich zentral vom Statistischen Bundesamt erstellt. Ihre Rechtsgrundlage ist das Gesetz über eine Pressestatistik vom 1. April 1975.[147]) Die Pressestatistik hat das primäre Ziel, Informationen über die wirtschaftliche Entwicklung, die Größenstrukturen und den Strukturwandel bei Zeitungen und Zeitschriften zu liefern.[148])

Wie die Erfahrungen mit dem Pressestatistikgesetz gezeigt haben, sind die zur Verfügung gestellten Daten nicht nur für die zuständigen Behörden, sondern auch u.a. für die Presseunternehmen von erheblichem Nutzen.

Allerdings ist es notwendig, das Gesetz über eine Pressestatistik zu novellieren, damit es den Anforderungen aus dem Volkszählungsurteil des Bundesver-

144) BGBl. I, S. 910.
145) RGBl., S. 217.
146) BGBl. I, S. 1273.
147) BGBl. I, S. 777.
148) So heißt es beispielsweise in der Begründung zum Gesetz vom 1. April 1975 (BT-Drs. 7/2407 vom 18. Juli 1974): „Die Pressestatistik verfolgt das Ziel, zuverlässige Unterlagen über die Lage der Presse in der Bundesrepublik Deutschland bereitzustellen. Dieses Material soll es ermöglichen, Entwicklungen, die die Freiheit der Presse bedrohen könnten, rechtzeitig zu erkennen und etwaigen Gefahren wirksam zu begegnen. Die Statistik soll insbesondere den zuständigen Behörden Entscheidungshilfen liefern, wenn zur Erhaltung der Vielfalt des Informationsangebots wirtschaftliche Maßnahmen eingeleitet werden sollen".

fassungsgerichts vom 15. Dezember 1983[149]) und den Bestimmungen des Bundesstatistikgesetzes vom 22. Januar 1987[150]) entspricht. Es geht darum, auch in Zukunft das Ziel der Pressestatistik, zuverlässige Informationen über die Situation der Presse in der Bundesrepublik Deutschland zu liefern, voll zu erfüllen. Aufgrund der vom Bundesverfassungsgericht geforderten Normenklarheit sind bei statistischen Rechtsvorschriften — und damit auch im Pressestatistikgesetz — die zu erhebenden Sachverhalte konkret zu benennen sowie die Hilfsmerkmale und die Auskunftspflicht im Pressestatistikgesetz genau festzulegen. Mit der vorgesehenen Novellierung erfolgt eine Anpassung an die aktuellen Entwicklungen im Statistik- und Medienbereich. Hierbei wird auch berücksichtigt, daß ab 1. Januar 1995 das Verlagsgewerbe einschließlich der Presseunternehmen aufgrund einer EG-Verordnung[151]) dem Verarbeitenden Gewerbe zugeordnet[152]) ist.

5 Persönlichkeitsschutz

Dem im Medienbereich besonders wichtigen Persönlichkeitsschutz dient das allgemeine Persönlichkeitsrecht. Dieses Recht ist im deutschen Zivilrecht, insbesondere im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB), nicht ausdrücklich gesetzlich definiert. Die Rechtsprechung vor allem des Bundesgerichtshofes hat es in einer umfangreichen Judikatur aus den in den Art. 1 und 2 GG geschützten Grundrechten auf Menschenwürde bzw. freie Entfaltung der Persönlichkeit entwickelt und als sog. sonstiges Recht im Sinne des § 823 Abs. 1 BGB anerkannt.[153]) Als Grundlage für Ansprüche wegen Eingriffen in das allgemeine Persönlichkeitsrecht kann neben der allgemeinen Bestimmung des § 823 Abs. 1 BGB auch § 823 Abs. 2 BGB i. V. m. einem das Persönlichkeitsrecht schützenden Strafgesetz, z. B. § 186 StGB, in Betracht kommen, sofern der Schädiger einen solchen Straftatbestand erfüllt.[154])

Auf die Entwicklung dieser Rechtsprechung haben Rechtsstreitigkeiten aus dem Medienbereich, insbesondere über die Zulässigkeit von Berichterstattungen in Presse und Rundfunk, großen Einfluß gehabt. Wesentlich ist hierbei die Abwägung zwischen der Meinungs- und Pressefreiheit auf der einen und dem Schutz des Persönlichkeitsrechts und der Menschenwürde des von der Berichterstattung Betroffenen auf der anderen Seite.

[149]) BVerfGE 65, 1 ff.

[150]) BGBl. I, S. 462, 565, geändert durch Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Durchführung einer Repräsentativstatistik über die Bevölkerung und den Arbeitsmarkt (Mikrozensusgesetz) und des Gesetzes über die Statistik für Bundeszwecke (Bundesstatistikgesetz) vom 17. Dezember 1990 (BGBl. I, S. 2837).

[151]) Verordnung (EWG) Nr. 3037/90 des Rates vom 9. Oktober 1990 betreffend die statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, ABl. EG, Nr. L 293, S. 1 ff.

[152]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.4.3.

[153]) Z. B. BGHZ 106, 229, 233; Schutz gegen unerwünschte Briefkastenwerbung.

[154]) Z. B. BGHZ 95, 212.

Beim allgemeinen Persönlichkeitsrecht lassen sich nach im Zivilrecht noch immer herrschender Auffassung folgende geschützte Persönlichkeitssphären unterscheiden:

- die Individualsphäre: Sie umfaßt insbesondere das Selbstbestimmungsrecht des einzelnen und dessen Beziehungen zur Umwelt, insbesondere in seinem öffentlichen und privaten Wirken.
- die Privatsphäre: Sie umfaßt vor allem das Leben im häuslichen und familiären Kreis sowie das sonstige Privatleben.
- die Intimsphäre: Sie umfaßt die innere Gedanken- und Gefühlswelt mit ihren äußeren Erscheinungsformen, z. B. vertrauliche Briefe oder Tagebuchaufzeichnungen.

Wird eine dieser Sphären beeinträchtigt, so liegt eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts vor. Der zivilrechtliche Schutz gegen eine solche Beeinträchtigung greift aber nur dann, wenn diese widerrechtlich ist.

Anders als bei den in § 823 Abs. 1 BGB ausdrücklich genannten Rechtsgütern (Leben, körperliche Unversehrtheit, Freiheit, Eigentum) indiziert die ohne einen allgemeinen Rechtfertigungsgrund erfolgte Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts nicht automatisch die Widerrechtlichkeit dieser Beeinträchtigung. Erforderlich ist vielmehr, in jedem Einzelfall unter sorgfältiger Würdigung aller konkreten Umstände und anhand einer Güter- und Interessenabwägung festzustellen, ob der jeweilige Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht zulässig war. Zu berücksichtigen ist insoweit auf seiten des Betroffenen vor allem, in welche Sphäre des Persönlichkeitsrechts eingegriffen wurde, ebenso die Schwere und die Folgen des Eingriffs sowie das vorausgegangene Verhalten des Verletzten. Auf seiten des Schädigers sind Motiv und Zweck des Eingriffs, aber auch dessen Art und Weise in die Güter- und Interessenabwägung einzubeziehen.

Im Rahmen dieser Güter- und Interessenabwägung haben das Recht der freien Meinungsäußerung (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG), die Pressefreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) und die Freiheit der Kunst (Art. 5 Abs. 3 GG) besonderes Gewicht. So begründet z. B. ein wahrheitsgemäßer Pressebericht über eine in öffentlicher Verhandlung erörterte Straftat keinen Anspruch wegen Verletzung des Persönlichkeitsrechts.[155]) Ferner können scharfe und überspitzte Äußerungen im geistigen Meinungskampf über eine die Öffentlichkeit wesentlich berührende Frage zulässig sein.[156]) Einen ähnlichen Schutz kann auch die mit Übertreibungen, Verzerrungen und Verfremdungen arbeitende Satire genießen.[157])

Nicht jeder im Rahmen der Pressefreiheit, zum Zwecke der freien Meinungsäußerung oder zur Ausübung der Kunstfreiheit erfolgte Eingriff in das Persönlichkeitsrecht ist jedoch auch gerechtfertigt. Beispielsweise tritt der Schutz von Meinungsäußerungen regelmäßig hinter den Persönlichkeitsrechts-

[155]) OLG Stuttgart, MDR 86, 935.

[156]) BVerfGE 85, 1.

[157]) BVerfGE 86, 1.

schutz zurück, wenn die Äußerung jenseits auch polemischer und überspitzter Kritik in der Herabsetzung einer Person besteht.[158]) Bei der Berichterstattung über Strafverfahren kann die Unschuldsvermutung die Interessen des jeweiligen Presseorgans überwiegen.[159]) Letztlich sind Eingriffe in die Intimsphäre auch durch Presseberichte grundsätzlich unzulässig, da die Intimsphäre absoluten Schutz genießt.[160])

Zur Durchsetzung seines Persönlichkeitsschutzes können dem Betroffenen folgende Ansprüche zustehen:

- Der Betroffene kann die Verbreitung einer Gegendarstellung verlangen. Der Gegendarstellungsanspruch ist in den Presse- und Mediengesetzen der Länder verankert. Dieser Anspruch ist durch die Gewährleistung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts im Interesse eines effektiven Schutzes der Individualsphäre angesichts der Gegebenheiten der modernen Massenkommunikationsmittel geboten.[161])
- Steht ein rechtswidriger Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht fest, kann der Betroffene unabhängig vom Verschulden des Schädigers bei Wiederholungsgefahr Unterlassung der das Persönlichkeitsrecht verletzenden Handlung fordern. Bei einer Neuveröffentlichung eines Literatur- oder Presseerzeugnisses kann dies unter Umständen mit der Verpflichtung verbunden werden, über die Unterlassung beispielsweise ehrverletzender Behauptungen hinaus einem Wiederaufleben solcher Behauptungen durch klarstellende Zusätze entgegenzuwirken.[162]) Hat die Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts zu einer dauernden Beeinträchtigung des Verletzten geführt, z. B. zum Verlust des guten Rufes des Betroffenen in der Öffentlichkeit, so kann dieser die Rückgängigmachung der Beeinträchtigung ebenfalls unabhängig vom Verschulden des Schädigers verlangen; diese Rückgängigmachung erfolgt durch einen Widerruf bzw., bei nur zum Teil ehrverletzenden Behauptungen, in Form einer Richtigstellung.[163])
- Ist dem Schädiger Verschulden — Vorsatz oder Fahrlässigkeit (§ 276 BGB) — vorzuwerfen, so hat der Verletzte ferner Anspruch auf Ersatz seiner materiellen Schäden nach Maßgabe der §§ 249 ff. BGB. Insbesondere kann auch ein Anspruch auf Ersatz des entgangenen Gewinns (z. B. Einnahmeverlust) gegeben sein (§ 252 BGB).
- Außerdem hat die Rechtsprechung bei schuldhaft begangenen Verletzungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts auch einen Anspruch auf Ersatz des immateriellen Schadens (Schmerzensgeld) anerkannt. Die Rechtsprechung geht insoweit über den Wortlaut der für Schmerzensgeld maßgebenden Vorschrift des § 847 BGB hinaus. Sie läßt einen solchen Anspruch bei Verletzung des Persönlichkeitsrechts aber nur unter einschränkenden Voraussetzungen zu. Zum einen muß es sich um eine schwere Verletzung des Persönlichkeitsrechts handeln, zum anderen darf die Genugtuung des Geschädigten nicht auf eine andere Weise (z. B. durch Unterlassung oder Widerruf) erreicht werden können. Auch hierfür sind die besonderen Umstände des jeweiligen konkreten Einzelfalls maßgebend, insbesondere Art und Schwere der Beeinträchtigung, Nachhaltigkeit und Fortdauer der Interessen- und Rufschädigung des Betroffenen sowie — auf seiten des Schädigers — Anlaß, Beweggründe und Schwere seines Verschuldens.[164])

Neben dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht ist als spezielles Persönlichkeitsrecht das Recht am eigenen Bild zu nennen. Hierfür enthalten die §§ 22 ff. des Gesetzes betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Fotografie besondere Schutzvorschriften.

Die Bundesregierung hält den derzeitigen Persönlichkeitsschutz trotz Kritik im Einzelfall grundsätzlich für ausreichend. Sie beabsichtigt keine neuen gesetzlichen Regelungen in diesem Bereich.

6 Datenschutz im Medienbereich

Eine besondere Ausformung des Persönlichkeitsschutzes ist der Datenschutz: Der Schutz des Bürgers gegen unbegrenzte Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten ist Gegenstand der Datenschutzgesetzgebung. Dieser Persönlichkeitsschutz ist Ausfluß des durch Art. 2 Abs. 1 i.V. m. Art. 1 Abs. 1 GG garantierten allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Das Bundesverfassungsgericht hat dieses Recht durch seine Entscheidung vom 15. Dezember 1983[165]) zum Volkszählungsgesetz 1983 bekräftigt, mit der es dem einzelnen ein „Recht auf informationelle Selbstbestimmung" eingeräumt hat. Dem Persönlichkeitsschutz kommt gerade im Mediensektor eine große Bedeutung zu, wie sich an der umfangreichen Rechtsprechung zum Persönlichkeitsrecht zeigt.

6.1 Medienprivileg

Die gesetzgeberischen Bemühungen um die Ausgestaltung des Datenschutzes im Medienbereich standen von Anfang an vor dem Zielkonflikt zwischen der grundrechtlich geschützten Freiheit des einzelnen und der ebenfalls im Grundgesetz garantierten Pressefreiheit bzw. freien Berichterstattung durch Rundfunk und Film. Mit dem sog. Medienprivileg im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)[166]) werden Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse, des Films oder Hilfsunternehmen des Rundfunks, soweit sie personenbezogene Daten ausschließlich zu eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken verarbeiten oder nutzen, von der Anwendung datenschutzrechtlicher Bestimmungen — mit Ausnahme der §§ 5 (Datengeheimnis) und 9 (technische und organisatorische Maßnahmen) — grundsätzlich freigestellt.

---

[158]) BVerfGE 82, 272.
[159]) OLG Köln, NJW 1987, S. 2682.
[160]) BGH, NJW 1988, S. 1984.
[161]) BVerfG, NJW 1987, S. 239, 250.
[162]) BGHZ 78, 9.
[163]) BGH, WM 87, 634.
[164]) BGH, NJW 1985, S. 1617.
[165]) BVerfGE 65, 1 ff.
[166]) Seit dem 1. Juni 1991 § 41 BDSG (BGBl. I, S. 201).

Ähnliche Regelungen finden sich in den Datenschutzgesetzen der Länder.

Auch das Gesetz zum Schutz vor Mißbrauch personenbezogener Daten bei der Datenverarbeitung vom 27. Januar 1977[167]) enthielt als die früher geltende Regelung in § 1 Abs. 3 bereits eine vergleichbare Bestimmung.

Die Bundesregierung hat im Berichtszeitraum dem oben beschriebenen Zielkonflikt zwischen dem Medienprivileg und dem Schutz des einzelnen durch eine Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes, das insoweit aus kompetenzrechtlichen Gründen auf die Presse, den Film, Hilfsunternehmen des Rundfunks und die Rundfunkanstalten des Bundesrechts beschränkt ist, Rechnung getragen. Das Medienprivileg besteht unverändert fort, der Schutz der Betroffenen ist jedoch verbessert worden.

Gemäß § 41 Abs. 2 BDSG kann der Betroffene nun verlangen, daß eine eventuelle Gegendarstellung zu den gespeicherten Daten zu nehmen ist. Dem von der Berichterstattung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts in seinem Persönlichkeitsrecht Betroffenen räumt § 41 Abs. 3 BDSG grundsätzlich einen Auskunftsanspruch über die der Darstellung zugrundeliegenden, zu seiner Person gespeicherten Daten ein.

Diese Regelungen, die die Rechtsstellung des einzelnen bei der Berichterstattung durch Medienunternehmen wesentlich verbessern, haben die Länder zum Teil schon übernommen.[168]) Im Hinblick auf die Einheitlichkeit der datenschutzrechtlichen Bestimmungen wäre es wünschenswert, wenn die übrigen Länder sich diesen Regelungen anschließen würden.

Die Bundesregierung setzt sich auch auf europäischer Ebene dafür ein, daß das Medienprivileg seine volle Geltung behält. Art. 9 des Entwurfs einer EG-Datenschutzrichtlinie[169]) enthält insofern eindeutige Ausnahmebestimmungen zugunsten des nationalen Rechts.

6.2 Stasi-Unterlagen-Gesetz (StUG)

Die Bestimmungen des Gesetzes über die Unterlagen des Staatssicherheitsdienstes der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik (StUG)[170]) sind seit dem 29. Dezember 1991 in Kraft. Sie regeln u. a. den Zugang zu den Unterlagen des Staatssicherheitsdienstes für Betroffene, Dritte, hauptamtliche und inoffizielle Mitarbeiter. Ferner ermöglicht es die Verwendung von Unterlagen durch öffentliche und nichtöffentliche Stellen, durch Rundfunk und Presse sowie durch die Forschung zum Zwecke der politischen und historischen Aufarbeitung der Tätigkeit des Staatssicherheitsdienstes. Diese Regelungen haben sich grundsätzlich bewährt.

Wie 450 Anträge im Jahre 1992 — oftmals mit Anfragen zu mehreren Sachverhalten und Personen — belegen, haben die Medien den gesetzlich festgelegten Verfahrensmodus angenommen. 5 % der Anträge mußten als unzulässig abgewiesen werden. So wurde zum Teil übersehen, daß Unterlagen nach dem Stasi-Unterlagen-Gesetz nur dann zur Verfügung gestellt werden können, wenn der dargetane Verwendungszweck einen Bezug zur Aufarbeitung der Tätigkeit des Staatssicherheitsdienstes aufweist. Auf Unverständnis bei den antragstellenden Medien stößt leider, daß aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes die vom ehemaligen Staatssicherheitsdienst gespeicherten personenbezogenen Informationen zu Betroffenen und Dritten zu anonymisieren sind bzw. deren Verwendung und Veröffentlichung nur nach Vorlage einer Einwilligungserklärung der betreffenden Person in Betracht kommt. In einigen Fällen mangelt es an Akzeptanz, weil Unterlagen mit Informationen zu ehemaligen Mitarbeitern des Staatssicherheitsdienstes nur dann zur Verfügung gestellt werden, wenn eine Beeinträchtigung von überwiegenden schutzwürdigen Interessen dieser Personen auszuschließen ist. Diese Maßnahmen sind aber vom Gesetz zwingend vorgeschrieben und zum Schutz des Persönlichkeitsrechts unabdingbar.

Insbesondere dem Opferschutz dient die Aufnahme einer Strafvorschrift. Danach ist mit Strafe bedroht, wer vom Stasi-Unterlagen-Gesetz geschütze Originalunterlagen oder Duplikate von Originalunterlagen mit personenbezogenen Informationen über Betroffene oder Dritte ganz oder in wesentlichen Teilen im Wortlaut öffentlich mitteilt. Die Strafbarkeit ist nicht gegeben, wenn Betroffene oder Dritte in die Veröffentlichung eingewilligt haben. Bisher sind auf der Grundlage der Strafvorschrift keine Verfahren eingeleitet worden.

Mit der im Stasi-Unterlagen-Gesetz vorgenommenen Differenzierung der Verwendungsbestimmungen von Informationen zu bestimmten Personengruppen ist ein hinreichendes Instrumentarium für einen Ausgleich zwischen dem Informationsinteresse der Medien und dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht gegeben.

6.3 Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes — § 201 StGB

Aus strafrechtlicher Sicht ist außerdem auf das 25. Strafrechtsänderungsgesetz — § 201 StGB — vom 20. August 1990[171]) hinzuweisen. Dieses Gesetz verbessert den strafrechtlichen Schutz gegen Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes in § 201 StGB. Nunmehr ist auch die öffentliche Mitteilung des unbefugt aufgenommenen oder unbefugt abgehörten, nicht öffentlich gesprochenen Wortes strafbar, wenn die öffentliche Mitteilung geeignet ist, berechtigte Interessen eines anderen zu beeinträchtigen. Die

[167]) BGBl. I, S. 201.

[168]) Vgl. § 17 ZDF-StV; § 50 WDR-G; § 42 NDR-StV; §§ 40, 41 MDR-StV; § 45 ORB-G; § 50 BremLMG; § 57 TPRG; § 46 LRG NW; § 63 LRG Saarland.

[169]) Entwurf einer EG-Datenschutzrichtlinie; Dok. KOM (92) 422; endg. Abgedruckt in: ABl. EG. Nr. C 311 vom 27. November 1992, S. 30.

[170]) Stasi-Unterlagen-Gesetz (StUG) vom 20. Dezember 1991 (BGBl. I, S. 2272).

[171]) BGBl. I, S. 1764.

geänderte Vorschrift enthält außerdem einen besonderen Rechtfertigungsgrund für öffentliche Mitteilungen, die zur „Wahrnehmung überragender öffentlicher Interessen" gemacht werden.

7 Verbraucherschutz

Auch der Schutz der Verbraucher hat medienrelevante Bezüge.[172] Dies gilt insbesondere für den Bereich der Werbung, die durch Presse und Rundfunk verbreitet wird und eine wichtige Finanzierungsgrundlage für die Medien bildet. Folgende die Medien betreffende Maßnahmen wurden im Berichtszeitraum ergriffen:

7.1 Heilmittelwerbegesetz

Die Werbung für Arzneimittel sowie andere Mittel, Verfahren, Behandlungen und Gegenstände, die sich auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhafte Beschwerden bei Mensch oder Tier bezieht, unterliegt Verboten und Beschränkungen. Dies gilt vornehmlich für die Arzneimittelwerbung in den Medien.

Maßgeblich hinsichtlich der Werbung für die genannten Mittel und Verfahren ist das Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens i. d. F. vom 18. Oktober 1978[173], zuletzt geändert durch das Gesetz vom 11. April 1990.[174] Der Schutzzweck des Gesetzes besteht darin, die Gesundheit des einzelnen Verbrauchers und die Gesundheitsinteressen der Allgemeinheit zu schützen und sie vor irreführenden Aussagen zu bewahren.

Das Heilmittelwerbegesetz regelt die Werbung für Heilmittel und Heilverfahren in der Öffentlichkeit und bei Fachkreisen unterschiedlich. Es darf außerhalb der Fachkreise, also in der Öffentlichkeit, z. B. nicht für verschreibungspflichtige Arzneimittel und darüber hinaus nicht für solche Arzneimittel geworben werden, die bei Menschen Schlaflosigkeit oder psychische Störungen beseitigen oder die Stimmungslage beeinflussen sollen. Des weiteren darf in der Öffentlichkeit u. a. nicht geworben werden

- mit der Wiedergabe von Krankengeschichten sowie mit Hinweisen darauf,
- mit der bildlichen Darstellung von Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels,
- mit der bildlichen Darstellung z. B. von Veränderungen des menschlichen Körpers oder seiner Teile durch Krankheiten, Leiden oder Körperschäden,
- mit der bildlichen Darstellung des Wirkungsvorganges eines Arzneimittels, eines Verfahrens, einer Behandlung oder eines anderen Mittels am menschlichen Körper oder an seinen Teilen. Auch Werbeaussagen, die Angstgefühle hervorrufen oder ausnutzen können, sind unzulässig.

Generell ist eine irreführende Werbung unzulässig. Darüber hinaus verlangt das Heilmittelwerbegesetz bei jeder Werbung für Arzneimittel — außer in den audiovisuellen Medien — bestimmte Pflichtangaben, die von den übrigen Werbeaussagen deutlich abgesetzt, abgegrenzt und erkennbar sind. Es handelt sich dabei u. a. um Hinweise zu den Anwendungsgebieten, den Gegenanzeigen, den Nebenwirkungen und ggf. Warnhinweise. Diese Angaben müssen mit denen in der Packungsbeilage für das jeweilige Arzneimittel übereinstimmen.

Bei der Arzneimittelwerbung in den audiovisuellen Medien ist es zulässig, die Pflichtangaben durch einen Text zu ersetzen, der im Fernsehen vor neutralem Hintergrund gut lesbar wiederzugeben und gleichzeitig zu sprechen ist. Der Text lautet: „Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker."

Das Heilmittelwerbegesetz hat sich grundsätzlich bewährt.

Die pharmazeutische Industrie und die Werbewirtschaft vertreten die Auffassung, es sei sinnvoll, die Bestimmungen für die audiovisuelle Arzneimittelwerbung durch eine Gesetzesänderung auch auf die Presse zu übertragen, um auf diese Weise auch dort die Pflichtangaben zu ersetzen. Hierfür werden kommunikationswissenschaftliche sowie rechtliche, vor allem verfassungsrechtliche Gründe angeführt. Die Bundesregierung hat sich mit den vorgetragenen Argumenten sorgfältig auseinandergesetzt. Sie hat dabei auch die Bedürfnisse und den Schutz der Verbraucher berücksichtigt, deren Gesundheitsbewußtsein und Interesse an umfassenden Informationen über Therapiemöglichkeiten und deren Grenzen steigen. Dies gilt vor allem im Bereich der Selbstmedikation, die zunehmend praktiziert wird. Im Ergebnis kommt die Bundesregierung zu der Auffassung, daß eine Gesetzesänderung im Sinne der genannten Gründe vorgesehen werden kann. Die Erörterung der Frage findet in der parlamentarischen Beratung des Fünften Gesetzes zur Änderung des Arzneimittelgesetzes statt. Für die Beratung des Verbrauchers steht u. a. die fachliche Kompetenz des Apothekers zur Verfügung.

7.2 EG-Richtlinie über die Werbung für Humanarzneimittel

Die Werbung für Arzneimittel ist EU-weit rechtlich harmonisiert. Die Richtlinie 93/28/EWG des Rates der Europäischen Gemeinschaften vom 31. März 1992 über die Werbung für Humanarzneimittel[175] legt die in nationales Recht umzusetzenden Grundsätze für die Werbung für Arzneimittel fest.

Auch die EG-Richtlinie unterscheidet zwischen Werbung in der Öffentlichkeit und in Fachkreisen. Sie deckt sich in ihren Festlegungen im wesentlichen mit

[172] Eine europäische Initiative zum Verbraucherschutz wird in Kapitel G.II.8.4.4 vorgestellt.
[173] BGBl. I, S. 1677.
[174] BGBl. I, S. 717.

[175] ABl. EG, Nr. L 113 vom 30. April 1992.

den Grundzügen des deutschen Heilmittelwerbegesetzes.

Im Hinblick auf die Pflichtangaben enthält die Richtlinie nicht obligatorisch denselben Angabenkatalog, wie er im deutschen Heilmittelwerbegesetz vorgesehen ist. Die Richtlinie enthält Mindestforderungen, die die weitergehende Regelung des Heilmittelwerbegesetzes nicht ausschließen. Außerdem wird generell bei Werbung für Arzneimittel in der Öffentlichkeit verlangt, daß eine ausdrückliche und gut erkennbare Aufforderung enthalten ist, die Hinweise auf der Packungsbeilage oder auf der äußeren Verpackung aufmerksam zu lesen. Aus dieser letzten Bestimmung der Richtlinie folgern die pharmazeutische Industrie und die Werbewirtschaft, daß der im deutschen Heilmittelwerbegesetz vorgesehene Text für die Arzneimittelwerbung in AV-Medien auch bei der Werbung in Presseorganen angewandt werden könne und ausreichend sei.

Bei der Beratung der EG-Richtlinie konnten die deutschen Vertreter vermeiden, daß eine obligatorische Vorkontrolle der Materialien für die Arzneimittelwerbung durch die zuständige Behörde festgelegt wird. Die Vorkontrolle kann, muß aber nicht national geregelt werden.

7.3 Spezielle Regelungen über Werbung für Tabakerzeugnisse

Mit dem Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG) vom 15. August 1974[176]) wurden in der Bundesrepublik Deutschland Rechtsvorschriften eingeführt, die die Werbung für Tabakerzeugnisse sowohl quantitativ als auch qualitativ einschränken. Die gesetzlichen Beschränkungen erfolgten mit dem Ziel, Mißbräuchen in der Werbung für Tabakerzeugnisse zu begegnen.

§ 22 Abs. 1 LMBG verbietet die Werbung für Tabakerzeugnisse in Hörfunk und Fernsehen. Abgesehen von den rundfunkbezogenen Werbeverboten enthält § 22 Abs. 2 LMBG allgemeine Rahmenbedingungen, die die Werbung für alle Tabakerzeugnisse mittels sonstiger Medien — z. B. in der Presse oder auf Plakaten — inhaltlich beschränken. Danach ist es z. B. verboten, in der Werbung für Tabakerzeugnisse Aussagen, Aufmachungen oder Darstellungen zu verwenden, durch die der Eindruck hervorgerufen wird, der Genuß von Tabakerzeugnissen sei gesundheitlich unbedenklich oder geeignet, die Funktion des Körpers, die Leistungsfähigkeit oder das Wohlbefinden günstig zu beeinflussen. Verboten ist auch Werbung, die die Tabakerzeugnisse als natürlich oder naturrein darstellt oder die das Inhalieren als nachahmenswert erscheinen läßt. Dem Schutz von Jugendlichen und Kindern vor mißbräuchlicher Werbung ist in besonderer Weise dadurch Rechnung getragen, daß Ausgestaltungen der Werbung verboten worden sind, die ihrer Art nach besonders dazu geeignet sind, Jugendliche oder Heranwachsende zum Rauchen zu veranlassen.

Verstöße gegen die vorgenannten gesetzlichen Verbote und Beschränkungen sind nach § 53 Abs. 2 und 3 LMBG als Ordnungswidrigkeiten mit Geldbußen bis zu 50 000 DM bewehrt.

Neben den gesetzlichen Werbeverboten und -beschränkungen, die den allgemeinen Rahmen für die Werbung abstecken, hat sich die Industrie, insbesondere auf Anstoß des Bundesministeriums für Gesundheit, weitere Beschränkungen in der Werbung für Tabakerzeugnisse auferlegt. Im Vordergrund stehen die Selbstbeschränkungsvereinbarungen der Zigarettenindustrie, die sie nach und nach weiter entwikkelt hat. Diese Vereinbarungen enthalten in zum Teil sehr detaillierten Tatbeständen eine Vielzahl von quantitativen und qualitativen Beschränkungen der Werbung für Zigaretten. Die Selbstbeschränkungsvereinbarungen begrenzen z. B. die Anzeigenhäufigkeit in Magazinen und Zeitschriften. Aufgrund einer im Jahre 1980 getroffenen Übereinkunft verpflichtet sich die Zigarettenindustrie, bei der Werbung für Zigaretten in Zeitungen und Zeitschriften sowie auf Plakaten einen Warnhinweis in Verbindung mit Angaben über den Kondensat- und Nikotingehalt anzubringen. Der Wortlaut des Warnhinweises lautet in Anlehnung an die Verordnung über die Kennzeichnung von Tabakerzeugnissen und über Höchstmengen von Teer im Zigarettenrauch vom 29. Oktober 1991[177]): „Die EG-Gesundheitsminister: Rauchen gefährdet die Gesundheit".

In Gesprächen des Bundesministeriums für Gesundheit mit dem für die Selbstbeschränkungsvereinbarungen zuständigen Verband der Zigarettenindustrie konnte 1993 nochmals eine Erweiterung der Selbstbeschränkungsregeln erreicht werden. Für den Medienbereich relevante Änderungen sind die Einführung des vorgenannten Warnhinweises in der Kinowerbung nach jedem Werbefilm für Zigaretten, die Vergrößerung des Warn- und Wertehinweises auf 10 % der Gesamtanzeigenfläche sowie der grundsätzliche Verzicht auf Gemeinschaftswerbung für das Rauchen.

Bestrebungen, auf europarechtlicher Ebene ein nahezu absolutes Werbeverbot für Tabakerzeugnisse herbeizuführen, steht die Bundesregierung ablehnend gegenüber. Sie sieht sich dabei in Einklang mit der Haltung des Deutschen Bundestages und des Bundesrates. Der entsprechende Richtlinienvorschlag[178]) der Kommission der Europäischen Gemeinschaften befindet sich noch in den Beratungen. Nach dem gegenwärtigen Stand ist die erforderliche Mehrheit für die Verabschiedung der Richtlinie nicht gegeben.

7.4 Spezielle Regelungen über Werbung für Alkoholika

Speziell geregelt war bis vor kurzem die Werbung für Alkoholika lediglich in den Verhaltensregeln über die Werbung für alkoholische Getränke, die im Jahre

[176]) BGBl. I, S. 1946; Bekanntmachung der Neufassung vom 8. Juli 1993 (BGBl. I, S. 1169), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 27. Mai 1994 (BGBl. II, S. 638).

[177]) BGBl. I, S. 2053.

[178]) ABl. EG, Nr. C 116/7 vom 11. Mai 1990.

1976 von den Herstellern, Händlern und Importeuren der deutschen Alkoholwirtschaft vereinbart worden sind.

Mit dem Gesetz vom 27. Mai 1994 zu dem Europäischen Übereinkommen vom 5. Mai 1989 über das grenzüberschreitende Fernsehen[179]) sind erstmals gesetzliche Regelungen über die Werbung für alkoholische Getränke im Fernsehen geschaffen worden. Fernsehwerbung muß nun gemäß Art. 15 Abs. 2 des Übereinkommens folgenden Regeln entsprechen:

- Sie darf sich nicht eigens an Minderjährige richten; niemand, der wie ein Minderjähriger aussieht, darf in der Werbung mit dem Konsum alkoholischer Getränke in Zusammenhang gebracht werden.
- Sie darf den Konsum von Alkohol nicht mit körperlicher Leistung oder mit dem Autofahren in Verbindung bringen.
- Sie darf nicht vorgeben, daß Alkohol therapeutische Eigenschaften besitzt oder ein Anregungs- oder Beruhigungsmittel oder ein Mittel zur Lösung persönlicher Probleme ist.
- Sie darf nicht zum unmäßigen Konsum von Alkohol ermutigen oder Abstinenz oder Mäßigung in einem negativen Licht erscheinen lassen.
- Sie darf den Alkoholgehalt von Getränken nicht ungebührlich betonen.

Neben dem Europäischen Fernsehübereinkommen[180]) wurden mit der Richtlinie des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (89/552/EWG)[181]) auch auf der Ebene der EU Anforderungen an die Fernsehwerbung aufgestellt. Der Art. 15 der EG-Richtlinie entspricht inhaltlich weitgehend dem Art. 15 Abs. 2 des Europäischen Fernsehübereinkommens.

Für die Werbung gelten im übrigen die Selbstbeschränkungsregeln über die Werbung für alkoholische Getränke fort, die inhaltlich an die Bestimmungen der EG-Fernsehrichtlinie über die Werbung im Fernsehen angepaßt worden sind. Der Deutsche Werberat überwacht mit Erfolg die Einhaltung der Verhaltensregeln.

8 Jugendschutz

Die Verbesserung des Jugendschutzes — insbesondere auch in bezug auf die Medien — war im Berichtszeitraum ein besonderes Anliegen der Bundesregierung.

8.1 Strafrechtliche Jugendschutzvorschriften

Gesetzliche Regelungen zum Schutz der Jugend im Hinblick auf die Herstellung und Verbreitung von Schriften im Sinne des § 11 Abs. 3 StGB — dazu zählen auch Abbildungen, Ton- und Bildträger und andere Darstellungen — enthalten die §§ 131 und 184 StGB.

§ 131 StGB zieht einerseits exzessiven Gewaltdarstellungen eine Grenze und verbietet andererseits die Aufstachelung zum Rassenhaß. Er erfaßt Schriften, die zum Rassenhaß aufstacheln oder grausame und sonst unmenschliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen in einer Art schildern, die eine Verherrlichung oder Verharmlosung solcher Gewalttätigkeiten ausdrückt oder die das Grausame oder Unmenschliche des Vorgangs in einer die Menschenwürde verletzenden Weise darstellt. Durch das umfassende Verbot des § 131 StGB ist es untersagt, solche Darstellungen zu verbreiten und öffentlich zugänglich zu machen und an Personen unter 18 Jahren gelangen zu lassen. Außerdem sind Herstellung, Ankündigung, Einfuhr und Ausfuhr sowie andere Vorbereitungshandlungen zur verbotenen Verwendung strafbar. Auch die Verbreitung entsprechender Live-Darbietungen durch Fernsehen oder Hörfunk ist verboten.

Durch das am 20. Mai 1994 vom Deutschen Bundestag beschlossene Verbrechensbekämpfungsgesetz soll der Tatbestand der Aufstachelung zum Rassenhaß aus § 131 StGB herausgelöst und in erweiterter Form und mit verschärftem Strafrahmen in § 130 StGB eingestellt werden.[182])

Bei dem in § 184 StGB geregelten Verbot pornographischer Schriften ist zwischen sog. einfacher und harter Pornographie zu unterscheiden. Eine Legaldefinition des Begriffs „Pornographie" existiert nicht. In Rechtsprechung und juristischer Literatur wird eine Darstellung überwiegend dann als pornographisch angesehen, wenn sie unter Ausklammerung aller sonstigen menschlichen Bezüge sexuelle Vorgänge in grob aufdringlicher Weise in den Vordergrund rückt und ihre Gesamttendenz ausschließlich oder überwiegend auf das lüsterne Interesse an sexuellen Dingen abzielt.[183]) Die sog. harte Pornographie (§ 184 Abs. 3 StGB) — dazu zählen pornographische Schriften, die Gewalttätigkeiten, den sexuellen Mißbrauch von Kindern oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben — ist dem gleichen Totalverbot unterworfen wie gewaltverherrlichende Schriften im Sinne von § 131 StGB. Für den Bereich der „einfachen" Pornographie wird die Strafbarkeit durch § 184 Abs. 1 und 2 StGB auf den Schutz zweier eng umgrenzter Rechtsgüter beschränkt, nämlich den Jugendschutz und den Schutz vor unverlangter Konfrontation mit Pornographie. Im übrigen ist „einfache" Pornographie an Erwachsene begrenzt freigegeben. Die Abgabe an Kinder und Jugendliche ist — ebenso wie die Verbreitung entsprechender Live-Darbietungen durch Rundfunk (§ 184 Abs. 2 StGB) — uneingeschränkt strafbar.

Im Bereich der harten Pornographie will der Gesetzgeber die Bekämpfung der Kinderpornographie mit

[179]) BGBl. II, S. 638.
[180]) European Treaty Series 132.
[181]) ABl. EG, Nr. L 298/23 vom 17. Oktober 1989.

[182]) Das Inkrafttreten des Gesetzes ist derzeit noch nicht abzusehen. Zu dem Gesetz im einzelnen siehe Kapitel D.II.1.3.
[183]) Vgl. Adolf Schönke/Horst Schröder: StGB — Kommentar. 24. Aufl. München 1991, § 184 Rdnr. 4 (Lenckner).

den Mitteln des Strafrechts durch das 27. Strafrechtsänderungsgesetz — Kinderpornographie — vom 23. Juli 1993[184]), das am 1. September 1993 in Kraft getreten ist, noch nachdrücklicher gestalten. Durch die fortschreitende Videotechnik hat sich mit der Kinderpornographie in den letzten Jahren eine besonders verabscheuungswürdige Form des sexuellen Mißbrauchs von Kindern entwickelt. Diese Videoaufnahmen, vielfach von nahen Verwandten aufgezeichnet und authentisches Geschehen wiedergebend, zeigen kaum vorstellbare Perversionen beim sexuellen Mißbrauch von Kindern, wobei auch vor brutaler Gewalt nicht haltgemacht wird. Zwar kann, wer solche Videos/Filme dreht oder drehen läßt, als Anstifter zum sexuellen Mißbrauch von Kindern oder als Mittäter genauso bestraft werden wie der Täter, der vor der Kamera agiert — § 176 Abs. 1 und 2 StGB droht für den sexuellen Mißbrauch von Kindern Freiheitsstrafe von sechs Monaten bis zu zehn Jahren an; die bisher in § 184 Abs. 3 StGB für die Veröffentlichung und Verbreitung von Kinderpornographie vorgesehene Höchststrafe von einem Jahr Freiheitsentzug mußte jedoch deutlich erhöht werden, um angesichts der enormen Gewinne, die sich beim Vertrieb von Kinderpornographie erzielen lassen, potentielle Täter wirkungsvoller als bisher abzuschrecken.

Das 27. Strafrechtsänderungsgesetz, das auf einem Entwurf der Bundesregierung beruht, erhöht den Strafrahmen für die Verbreitung von Kinderpornographie deutlich auf Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren bzw., wenn der Täter die Tat gewerbs- oder bandenmäßig begangen hat, auf Freiheitsstrafe von sechs Monaten bis zu fünf Jahren. Außerdem stellt das Gesetz den bisher straflosen Besitz und die Besitzverschaffung von kinderpornographischen Produkten, wenn sie ein tatsächliches Geschehen wiedergeben, unter Strafe. Hierdurch will man auch den Konsumenten von Kinderpornographie zur Rechenschaft ziehen, der durch seine Nachfrage letztlich den „Markt" für solche Produkte schafft, deren Einziehung nunmehr zwingend vorgeschrieben ist.

8.2 Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS)

Das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften[185]) schränkt zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor gewaltverherrlichenden, pornographischen und anderen jugendgefährenden Schriften ausdrücklich die in Art. 5 Abs. 1 GG genannten Grundrechte ein. Nach § 1 Abs. 1, der zentralen Vorschrift des GjS, sind Schriften in eine Liste aufzunehmen, wenn sie geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich zu gefährden. Dazu gehören nach der beispielhaften Aufzählung des § 1 Abs. 1 Satz 2 GjS vor allem unsittliche, verrohend wirkende, zu Gewalttätigkeit, Verbrechen oder Rassenhaß anreizende sowie den Krieg verherrlichende Schriften. Die Bundesprüfstelle (BPS) legt in ständiger Spruchpraxis ihren Entscheidungen den Begriff „sozialethische Desorientierung" zugrunde.

Nach Maßgabe der ständigen höchstrichterlichen Rechtsprechung und der Spruchpraxis der BPS erfüllen auch solche Schriften die Indizierungsvoraussetzungen, die die Menschenwürde verletzen, den Nationalsozialismus oder den Drogenkonsum verherrlichen oder verharmlosen.

Die BPS wird nur auf Antrag tätig. Antragsberechtigt sind neben den obersten Jugendbehörden der Länder und dem Bundesministerium für Frauen und Jugend seit dem 5. Mai 1978 auch alle Landesjugendämter und Jugendämter.[186]) Die Aufnahme einer Schrift in die Liste der jugendgefährdenden Schriften wird im Bundesanzeiger bekannt gemacht. Vom Zeitpunkt der Bekanntmachung an treten die straf- bzw. bußgeldbewehrten Abgabe-, Vertriebs- und Werbeverbote der §§ 3 bis 5 GjS in Verbindung mit §§ 21, 21 a GjS in Kraft. Offensichtlich sittlich schwer jugendgefährdende Schriften im Sinne des § 6 GjS unterliegen den genannten Beschränkungen, ohne daß es einer Aufnahme in die Liste bzw. der Bekanntmachung bedarf.

Der Verkauf von indizierten Schriften an Personen ab 18 Jahren bleibt erlaubt. Ausnahmen gelten nur, soweit die §§ 131 und 184 StGB entgegenstehen.

Die BPS hat von der Aufnahme ihrer Tätigkeit an bis zum 31. März 1994 insgesamt 2401 Titel von Videokassetten, 1500 (Taschen-)Bücher/Broschüren/Comics, 205 Computerspiele sowie 120 Schallplatten/CDs/MCs/Laserdisks indiziert. 1993 wurden 126 Titel von Videokassetten, 41 Zeitschriften, 60 (Taschen-)Bücher/Broschüren/Comics/Fanzines, 21 Computerspiele, 44 Schallplatten(-hüllen)/MCs/CDs sowie drei Laser-Video-Disks in das Gesamtverzeichnis der BPS neu aufgenommen. Wie bereits 1992 so stieg auch 1993 die Zahl der Anträge auf Aufnahme von rechtsextremistischen, den Nationalsozialismus verherrlichenden oder verharmlosenden Medien deutlich an. Die BPS nahm 1993 43 Tonträger und 48 Fanzines/Broschüren dieser Art in die Liste der jugendgefährdenden Schriften auf.

Zu der Frage, ob das GjS auch die Indizierung von jugendgefährdenden Fernsehsendungen zuläßt, hat das Bundesverwaltungsgericht in einer Grundsatzentscheidung vom 29. Mai 1990 festgestellt: eine Indizierung von sog. Fernseheigenproduktionen durch die BPS scheidet aus.[187]) Fernsehfilme, die eigens für das Fernsehen produziert und nur zur Ausstrahlung im Fernsehen bestimmt sind, dürfen deshalb nicht indiziert werden. Zur Begründung hat das Bundesverwaltungsgericht u.a. darauf verwiesen, daß die mit dem GjS bezweckte Beschränkung der Indizierungsfolgen auf den Jugendschutz bei Ausstrahlungen im Fernsehen nicht möglich sei.

[184]) BGBl. I, S. 1346.

[185]) BGBl. I, S. 1346, i. d. F. der Bekanntmachung vom 12. Juli 1985 (BGBl. I, S. 1502).

[186]) § 2 DVO GjS i. V. m. § 11 Abs. 2 GjS.

[187]) BVerwG, Urteil vom 29. Mai 1990; DVBl. 1990, S. 933.

§ 3 Abs. 3 RfStV 1991[188]) enthält für die Ausstrahlung indizierter Filme folgende Regelung: „Sendungen, die ganz oder im wesentlichen mit Schriften inhaltsgleich sind, die in die Liste nach § 1 des Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften aufgenommen sind, sind nur in der Zeit zwischen 23.00 Uhr und 6.00 Uhr und nur dann zulässig, wenn die mögliche sittliche Gefährdung von Kindern oder Jugendlichen unter Berücksichtigung aller Umstände nicht als schwer angesehen werden kann."

8.3 Gesetz zur Änderung des GjS

Das Bundesverfassungsgericht hat am 27. November 1990[189]) die Vorschrift des § 9 Abs. 2 GjS im Hinblick auf Inhalt und Umfang der Regelung über die Auswahl der Beisitzer für die BPS als verfassungsrechtlich unzulänglich und nachbesserungsbedürftig angesehen. Eine gesetzliche Neuregelung muß bis zum 31. Dezember 1994 erfolgen.

Die Bundesregierung hat unter Federführung des Bundesministeriums für Frauen und Jugend am 25. Januar 1993 einen Gesetzentwurf[190]) vorgelegt, der vom Bundestag mit Zustimmung des Bundesrates beschlossen und am 5. November 1993 veröffentlicht worden ist.[191]) In dem Gesetz sind nunmehr auch die Personengruppen und Verbände bestimmt, die innerhalb der acht aus § 9 Abs. 2 GjS ersichtlichen Kreise für die Entsendung von Beisitzern in Betracht kommen. Das Gesetz hat die Regelungen bezüglich der Auswahl von Beisitzern ferner mit dem Ziel ergänzt, die in den beteiligten Kreisen vertretenen Auffassungen zumindest tendenziell vollständig zu erfassen. Zugleich wurde eine klare Rechtsgrundlage für die Beteiligung der Verbände der Anbieter von Videoprogrammen sowie der im Vertrieb von Bildträgern Tätigen in das Gesetz aufgenommen.

8.4 Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG)

Das Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG) hat zum 1. April 1985 durch das Gesetz zur Neuregelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit vom 25. Februar 1985[192]) eine Neufassung erhalten. Neben den durch Art. 3 des Gesetzes vom 25. Februar 1985 neugefaßten bzw. eingefügten strafrechtlichen Bestimmungen der § 131 und § 184 Abs. 1 Nr. 3a StGB[193]), mit denen der Gesetzgeber auch eine Eindämmung von Auswüchsen auf dem Videokassettenmarkt bewirken wollte, ist im Vorfeld des Strafrechts und des GjS eine Filmprüfung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) eingeführt worden (§ 7 JÖSchG).[194]) Die Vorschrift enthält die Rechtsgrundlage für eine Kontrollmöglichkeit von Programmen auf Videokassetten, Bildplatten und vergleichbaren Bildträgern. Sie lehnt sich an die schon seit Jahrzehnten bestehenden Normen für die Freigabe von Kinospielfilmen für Kinder und Jugendliche (§§ 6, 10 JÖSchG) an.

Seit der Novellierung des JÖSchG hat sich für den Regelungsbereich dieses Gesetzes kein gesetzgeberischer Handlungsbedarf mehr ergeben.

8.5 Internationaler Jugendschutz

Der Aspekt des internationalen Jugendschutzes betrifft schwerpunktmäßig den Bereich des Fernsehens. Für das grenzüberschreitende Fernsehen gibt es auf europäischer Ebene bereits zwei den Schutz der Gesellschaft vor exzessiven Gewaltdarstellungen und Pornographie sowie den Jugendschutz einschließende Regelungswerke: die EG-Fernsehrichtlinie[195]) und das Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen des Europarates (FsÜ)[196]). Beide Regelungswerke sind kompatibel normiert und weitgehend inhaltsgleich. Sowohl die EG-Fernsehrichtlinie als auch das europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen enthalten Programminhaltsnormen mit Totalverboten insbesondere für Pornographie und Darstellungen „grundloser Gewalttätigkeiten". Entsprechendes gilt nach der EG-Richtlinie für Sendebeiträge, die zu Haß aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Nationalität aufreizen. Hinzu treten Vorschriften über Sendebegrenzungen. So dürfen Programmanbieter Beiträge, die geeignet sind, die körperliche, geistig-seelische und sittliche Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu beeinträchtigen, nur senden, wenn durch die Wahl der Sendezeit oder durch sonstige technische Maßnahmen dafür gesorgt wird, daß Minderjährige im Sendebereich diese Sendungen üblicherweise nicht wahrnehmen können. Hinsichtlich der konkreten zeitlichen Zulässigkeitsschranken sind die Festlegungen dem nationalen Recht bzw. der Rechtsauslegung überlassen. Beide europäischen Regelungswerke gelten nicht für den Hörfunk. Sowohl nach der EG-Fernsehrichtlinie als auch nach dem FsÜ bleibt es den Unterzeichnerstaaten unbenommen, für inländische Sendungen strengere Regelungen hinsichtlich verbotener Sendungen und des Jugendschutzes zu treffen. Darüber hinaus ist in diesem Zusammenhang auf zwei Empfehlungen des Europarates aus dem Berichtszeitraum hinzuweisen:

- Empfehlung Nr. R (89) 7 über „Prinzipien beim Vertrieb von Bildträgern mit gewalttätigem, brutalem oder pornographischem Inhalt"[197]),
- Empfehlung Nr. R (92) 9 über „Videospiele mit rassistischem Inhalt"[198]).

---

[188]) Veröffentlicht z. B. in: GBl. BW, S. 745; vgl. hierzu auch Kapitel B.III.2.2.1.2 zur beabsichtigten Neufassung von § 3 RfStV.

[189]) BVerfGE 83, 130.

[190]) BT-Drs. 12/4195.

[191]) BGBl. I, S. 1817.

[192]) BGBl. I, S. 425.

[193]) Vgl. hierzu Kapitel D.V.8.1.

[194]) Vgl. hierzu auch Kapitel B.V.1.

[195]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.2.

[196]) Vgl. hierzu auch Kapitel G.II.7.2.

[197]) Vgl. Europarat Dok. DHMM (93) 2.

[198]) Vgl. Europarat Dok. DHMM (93) 2.

E. Mediennutzung/Medienforschung

I. Mediennutzung

Art und Dauer der Mediennutzung prägen das Bild des einzelnen von der politisch-gesellschaftlichen Wirklichkeit. Deswegen sind sowohl für die Medienwirkungsforschung als auch für die Werbewirtschaft empirisch gesicherte Daten zur Medienausstattung und -nutzung von erheblicher Bedeutung. Zwei Faktoren haben in den vergangenen Jahren auf die Erforschung der Mediennutzung eingewirkt:

- die mit der Einführung der „neuen Medien" einsetzende quantitative und qualitative Veränderung des Kommunikationssystems;
- die durch die Wiederherstellung der deutschen Einheit bedingte Veränderung der demographischen Größenstrukturen.

Bei einem Vergleich zwischen den alten und neuen Bundesländern ist insbesondere folgendes zu berücksichtigen:

- Die Bevölkerung der ehemaligen DDR ist seit dem Ende des SED-Regimes in einen tiefgreifenden politisch-sozialen und kulturellen Umbruchprozeß eingebunden;
- die Bürger der neuen und der alten Bundesländer unterscheiden sich in soziodemographischen und sozioökonomischen Strukturmerkmalen;
- in der Zeit der Teilung Deutschlands hatten sich zwei unterschiedliche gesellschaftliche Ordnungen und damit zwei divergierende Massenkommunikationssysteme mit spezifischen Nutzungsmustern herausgebildet.

Bei fortgesetzter Anpassung der Lebensverhältnisse ist zu erwarten, daß sich das Mediennutzungsverhalten der Bürger in den neuen und alten Bundesländern weiter angleichen wird.[1]

1 Medienausstattung

Mit Medienausstattung ist die Verfügbarkeit bzw. der Besitz von unterhaltungselektronischen Geräten, insbesondere zum Empfang von Hörfunk und Fernsehen, sowie das Abonnement oder der Einzelkauf von Pressemedien gemeint.

1.1 Audiovisuelle Medien

In der Bundesrepublik Deutschland ist seit 1974 eine nahezu vollständige Ausstattung aller Haushalte mit audiovisuellen Geräten festzustellen: Im Jahr 1990, in dem erstmals im Rahmen der Langzeitstudie „Massenkommunikation"[2] auch Daten in den neuen Bundesländern erhoben wurden, lebten 98 % der Bevölkerung in Haushalten mit mindestens einem Fernsehgerät.[3] In den neuen Bundesländern lag die Zahl der Personen, die in einem Haushalt mit mindestens einem Fernsehgerät leben, bei 99 % und übertraf damit sogar die Ausstattungsdichte des alten Bundesgebietes um 1 %.[4] Gleichzeitig sind Anzahl und Qualität der Fernsehapparate in den westdeutschen Haushalten seit 1974 gestiegen. Farbfernsehgeräte mit Fernbedienung sind zum Standard geworden. Die Zahl der Fernsehhaushalte, die über Kabelanschluß oder Satellitenfernsehen und damit über ein größeres Angebot an Fernsehprogrammen als Haushalte mit terrestrischem Empfang verfügen, hat sich im Berichtszeitraum um ein Vielfaches erhöht.[5] Im gesamten Bundesgebiet nutzten im ersten Quartal 1993 58,1 % der Haushalte Kabel- oder Satellitenfernsehen, lediglich 41,9 % empfingen ihre Fernsehprogramme ausschließlich terrestrisch. Bei einer Differenzierung zwischen Ost- und Westdeutschland ergibt sich mit 65,1 % Kabel- und Satel-

---

[1] Die folgende Darstellung beruht im wesentlichen auf der von Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer im Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durchgeführten Langzeitstudie „Massenkommunikation", weil diese nicht nur Daten zur Reichweite und Nutzungsdauer, sondern auch Erhebungen zum politischen Informationsverhalten zur Verfügung stellt. Da diese Studie jedoch nicht vollständig den Berichtszeitraum des Medienberichts abdeckt, wurden Daten aus anderen Untersuchungen (z. B. die sog. Media-Analyse (MA) der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V., Frankfurt/Main) herangezogen. Die Analysen kommen in ihren Ergebnissen zu unterschiedlichen Zahlen, da sie in ihren Erhebungsmodi und in der Anzahl der repräsentativ Befragten zum Teil voneinander abweichen. So geht die Studie von Berg/Kiefer nach der sog. „Stichtagsmethode" vor, nach der der Tagesablauf der Befragten am Tag danach in Viertelstundenintervallen nach den wichtigsten alltäglichen Verhaltensweisen und Verrichtungen rekonstruiert wurde. Den Zahlen von Berg/Kiefer für das Jahr 1990 liegen in den alten Bundesländern Befragungen von 4 000, in den neuen Ländern Interviews mit 2 000 Personen ab 14 Jahren zugrunde. Die MA '93 stützt sich bei der Pressetranche auf eine Zufallsstichprobe von 26 808, bei den elektronischen Medientranche auf eine Zufallsstichprobe von 34 471 Interviews mit Personen ab 14 Jahren. Sie führt eine Berichterstattung auf Werbemittel-Kontaktebene durch; für die Hörfunksender auf der Basis der durchschnittlichen Viertelstunde in der Stunde mit Werbung und für das Fernsehen auf Basis der durchschnittlichen Minute in der halben Stunde mit Werbung.

[2] Klaus Berg/Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964—1990. Baden-Baden 1992.

[3] Ebd., S. 21.

[4] Ebd.

[5] Wolfgang Darschin/Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Reichweiten 1993. In: Media Perspektiven, Heft 3/94, S. 98—110, hier S. 98. Zu Kabelanschluß, Anschlußdichte in den alten und neuen Bundesländern sowie Ausstattung mit Satellitenempfangsanlagen siehe Kapitel C.II.2.1, Tabelle C 7 bis 9, und Kapitel C.III.4; zur technischen Empfangbarkeit von Fernsehprogrammen seit 1986 siehe auch Kapitel B.III.3.2.2, Tabelle B 102.

litenfernsehhaushalten in den neuen und 55,9 % in den alten Bundesländern, daß der Empfang mit eigener Satellitenantenne in den neuen Bundesländern verbreiteter ist als im alten Bundesgebiet.[6]) Ende 1993 konnten 93 % aller deutschen Haushalte mehr als vier Fernsehprogramme empfangen.[7])

Ebenso hoch wie die Ausstattung mit TV-Geräten ist die mit Hörfunkempfängern. Mehr als 98 % aller Haushalte verfügten 1993 über mindestens ein Radio.[8]) Im Gegensatz zum TV-Empfang via Kabel wird der Hörfunk überwiegend — von 86 % aller Hörer — terrestrisch empfangen.

Insgesamt hat die Zahl der Haushalte, die über mehrere AV-Medien verfügen, zwischen 1985 und 1993 überproportional zugenommen.[9]) 1993 lebte fast jeder dritte Bürger in einem Haushalt mit mindestens zwei Fernsehapparaten, drei von vier Bürgern lebten in Haushalten mit mindestens drei Radios. Diese Mehrfachausstattung deutet auf eine zunehmende Individualisierung des Medienkonsums hin. Auch die Zahl der Haushalte mit Videorekorder ist seit 1984 deutlich gewachsen. Gab es 1984 erst in 15 % aller Haushalte ein Gerät zur Aufzeichnung und Wiedergabe von Filmen, so waren es 1992 in den alten Bundesländern bereits 58 % (in den neuen Bundesländern: 37 %). Damit hat eine wachsende Zahl von Mediennutzern die Möglichkeit, unabhängig vom tagesaktuellen Programmangebot des Fernsehens Filme oder aufgezeichnete Fernsehsendungen zu sehen.[10])

1.2 Druckmedien

Die Haushalte in den neuen und alten Bundesländern wiesen 1990 hinsichtlich der Ausstattung mit Druckmedien Unterschiede auf. Dies gilt insbesondere auch für das älteste Druckerzeugnis, das Buch.

In der DDR besaß das Buch ein hohes Prestige. Das Verständnis des Buches als Medium der Selbstreflexion und die gezielte Leseförderung durch den Staat in Verbindung mit dem relativ geringfügigen audiovisuellen Medienangebot führten zu einem ausgeprägten Lese- und Buchkaufverhalten der Bürger.[11]) Im alten Bundesgebiet dagegen ist das Lesen als Freizeitbeschäftigung nachrangig; der entsprechende Zeitaufwand ging zwischen 1980 und 1990 von durchschnittlich 22 auf 18 Minuten am Tag zurück.[12]) Eine große Palette an Freizeitmöglichkeiten und ein sich ausdifferenzierendes Medienangebot fächerten die Nutzungsprofile dort schon in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre auf.[13]) Nach einer im Jahre 1992 unter 2737 Personen vorgenommenen Umfrage verfügten insgesamt 86 % der Befragten über Bücher im Haushalt. Für die neuen Bundesländer wurde dabei ein durchschnittlicher Bücherbestand von 110, in den alten Ländern von 79 Stück ermittelt.[14])

Die Ausstattung der Haushalte mit aktuellen bzw. periodischen Presseorganen ist in den alten Bundesländern 1990 gegenüber 1985 um 4 % angestiegen, gegenüber 1970 und 1974 um 1 % bzw. 2 % zurückgegangen: 1990 verfügten 76 % der westdeutschen Bevölkerung in ihrem Haushalt über ein Zeitungsabonnement bzw. eine regelmäßig gekaufte Zeitung.[15]) Damit hat sich die Versorgungsdichte mit tagesaktuellen Pressemedien durch die Einführung des privaten Rundfunks bisher nicht grundlegend geändert.[16]) Gleichwohl hat die traditionelle Gruppe der Nicht- oder Wenigzeitungsleser — ledige, allein lebende Personen unter 30 Jahren — gegenüber 1980 zugenommen. Verzichteten 1990 in der Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren 34 % auf ein Zeitungsabonnement oder eine regelmäßig gekaufte Zeitung, so waren es 1980 erst 26 %. Die jüngeren Zeitungsleser lockerten also offensichtlich die Leser-Blatt-Bindung und griffen wählerischer zur Zeitung.[17])

In den neuen Bundesländern lag der Anteil derjenigen, die eine Zeitung im Abonnement bezogen oder regelmäßig kauften, 1990 bei 91 %.[18]) Der hohe Nutzungsgrad der Tagespresse in den neuen Bundesländern ist vorrangig auf die Strukturen und das Angebot des Massenkommunikationssystems in der Zeit vor 1989/90 zurückzuführen: Die staatlich subventionierten und deswegen preisgünstigen Tageszeitungen wurden als billige Informationsquelle genutzt und hoben sich auch nach der Wende im Preisniveau von den westdeutschen überregionalen Zeitungen und Zeitschriften ab. Illustrierte in Einzelkauf oder Abonnement waren in der DDR wegen der begrenzten Auflagen schwer erhältlich.

---

[6]) Jochen Zimmer: Satellitenfernsehen in Deutschland. ASTRA auf dem Weg zu einem Standardübertragungsmedium. In: Media Perspektiven, Heft 8/93, S. 358—365.

[7]) Darschin/Frank, Tendenzen im Zuschauerverhalten 1993, S. 98.

[8]) Monika Baldauf/Walter Klingler: Konstante Hörfunknutzung in Deutschland. In: Media Perspektiven, Heft 9/93, S. 410—416, hier S. 411.

[9]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 22 ff. Dazu auch MA '93.

[10]) Eine Übersicht über die Ausstattung der Haushalte mit Videorekordern u. a. in den Jahren 1982 bis 1992 enthält die Tabelle B 116 in Kapitel B.V.2.2.1.

[11]) Toralf Fischer: Lesen im gesellschaftlichen Umbruch. Untersuchung zum Kauf- und Leseverhalten in der DDR kurz vor und nach der Wiedervereinigung. In: Börsenblatt des Deutschen Buchhandels, Nr. 33 vom 27. April 1993, Beilage.

[12]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 110.

[13]) Stiftung Lesen (Hrsg.): Lesen. Zahlen, Daten, Fakten über Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und ihre Leser. Ausgabe 1991. Mainz 1990, S. 42 f.

[14]) Stiftung Lesen (Hrsg.): Leseverhalten in Deutschland 1992/93. Repräsentativstudie zum Lese- und Medienverhalten der erwachsenen Bevölkerung im vereinigten Deutschland. Mainz 1993, S. 9.

[15]) Siehe auch Heinz Bonfadelli/Angela Fritz/Renate Köcher: Lesesozialisation. Band 2: Leseerfahrungen und Lesekarrieren. Studien der Bertelsmann-Stiftung. Gütersloh 1993, S. 83 f.

[16]) Ebd., S. 21 ff.

[17]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 23. Siehe dazu auch: Inez Bauer: Zeitungen als Gegenstand der Leserschaftsforschung. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)(Hrsg.): Zeitungen '93. Bonn 1993, S. 142—163, hier S. 147 f.

[18]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 21.

Darüber hinaus ist in Anbetracht des politischen und gesellschaftlichen Wandels nach 1989 für die Folgezeit zunächst von einem gesteigerten Informationsbedürfnis in den neuen Bundesländern auszugehen.

1.3 Medienausstattung bei Kindern und Jugendlichen

Ein großer Teil der Kinder und Jugendlichen in der Bundesrepublik Deutschland hat ein oder mehrere audiovisuelle Medien ganz zur eigenen Verfügung.[19]) Der besonderen Vorliebe von Heranwachsenden für Medienangebote mit hohem Musikanteil entsprechend ist die Ausstattung mit Tonträgern und Radios besonders hoch: Bereits 52,4 % der 6jährigen und 75,4 % der 8jährigen in den alten Bundesländern verfügten 1990/91 über ein Radio bzw. einen Radiorekorder, 61,9 % der 9- bis 10jährigen stand ein eigenes Radiogerät zur Verfügung, 62,5 % dieser Altersgruppe hatten einen Walkman.[20]) 55 % der 13- bis 18jährigen besaßen zum Erhebungszeitpunkt einen eigenen Fernsehapparat, 10 % einen eigenen Videorekorder und 28 % einen eigenen Computer.[21])

Im Gegensatz zur nahezu homogenen Ausstattung der Jugendlichen mit audiovisuellen Medien ist die Ausstattung mit Pressemedien und damit auch deren Nutzung durch Jugendliche sehr unterschiedlich. Beide Faktoren hängen wesentlich vom unmittelbaren familiären Umfeld, die Versorgung mit Büchern und Zeitungen insbesondere vom Bildungsniveau der Eltern ab.[22]) In rd. 81 % der Familien in den alten Bundesländern steht den Ergebnissen einer 1991 vorgenommenen Befragung zufolge eine Tageszeitung, in 79 % mindestens eine Zeitschrift zur Verfügung. 63 % aller Familien sind im Besitz von Büchern. 53 % der an der Untersuchung beteiligten 13- bis 18jährigen verfügen nach eigener Aussage über „mehrere Bretter bzw. ein Regal" von Büchern. Nur 8 % der befragten Jugendlichen besitzen einen größeren Bestand an Büchern. Etwa ein Drittel verfügt nach eigenen Angaben über „ein Regalbrett Bücher".[23])

2 Reichweite und Nutzungsdauer

2.1 Allgemeine Daten

In engem Zusammenhang mit der Ausstattung mit tagesaktuellen Medien steht die Reichweite, die Fernsehen, Hörfunk und Presse erzielen. Im Jahre 1990 lag die Gesamtreichweite aller tagesaktuellen Medien in der Bundesrepublik Deutschland bei 99 % der Bevölkerung ab 14 Jahren.[24]) Damit wurde der bisher höchste Wert erreicht. Die Medien werden im Verbund genutzt, 51 % der West- und 68 % der Ostdeutschen kommen täglich mit allen drei tagesaktuellen Medien in Kontakt. Lediglich 12 % in den alten bzw. 6 % in neuen Bundesländern nutzen nur ein Medium pro Tag.[25])

Die Reichweiten der einzelnen Mediengattungen weichen voneinander ab. Nach den der Darstellung von Berg/Kiefer zugrundeliegenden empirischen Erhebungen erreichte das Fernsehen 1990 täglich 81 % der Bürger im früheren Bundesgebiet und 90 % in den neuen Bundesländern, der Hörfunk 79 % bzw. 86 %. Die Vergleichswerte für die Tageszeitung liegen danach bei 71 % für die alten und 78 % für die neuen Bundesländer.[26]) Gegenüber 1985 ergibt sich 1990 für das Fernsehen eine Steigerung der Werktagesreichweite von 72 % auf 81 %. Der Hörfunk hat in den alten Bundesländern seine Reichweite von 76 % auf 80 % erhöht, die Tageszeitung von 73 % auf 75 %.[27])

Nach den Erhebungen der GfK-Fernsehforschung ist zwischen 1990 und 1993 die Tagesreichweite des Fernsehens in den alten Bundesländern insgesamt betrachtet konstant bei 88 % geblieben, in den Haushalten der neuen Bundesländer geringfügig — von 90 % (1992) auf 91 % (1993) — gestiegen. Die durchschnittliche Sehdauer stieg im genannten Dreijahresabschnitt im alten Bundesgebiet von 156 auf 168 Minuten, in den neuen Bundesländern von 199 (1992) auf 209 (1993) Minuten.[28]) Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG. MA) hat im Rahmen ihrer jährlichen Erhebungen für den Hörfunk zwischen 1990 und 1993 für Gesamtdeutschland eine kontinuierliche Reichweite von 82 % der Bevölkerung pro Tag ermittelt. Die Hördauer stieg von 161 Minuten im Jahr 1990 auf 168 Minuten 1992 und 1993.[29]) Die Tageszeitung hat nach dem Befund der Media-Analyse (MA) 1994 gegenüber 1990 unwesentlich an Reichweite (81,2 % gegenüber 82,1 %) verloren.[30])

Die hohe Gesamtreichweite und die durchschnittliche Nutzungsdauer für die tagesaktuellen Medien von täglich 5 Stunden und 27 Minuten in den alten und 6 Stunden und 4 Minuten in den neuen Bundes-

---

[19]) Siehe dazu auch die Antwort der Bundesregierung auf eine kleine Anfrage der SPD-Fraktion zum Thema „Kinder und Kultur", BT-Drs. 11/5285.

[20]) Werner Glogauer: Die neuen Medien verändern die Kindheit. Nutzung und Auswirkungen des Fernsehens, der Videospiele, Videofilme u. a. bei 6- bis 10jährigen Kindern und Jugendlichen. 2. Aufl. Weinheim 1993, S. 11 ff.

[21]) Bonfadelli/Fritz/Köcher, Lesesozialisation, S. 13.

[22]) Ebd., S. 81 ff.

[23]) Ebd.

[24]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 36.

[25]) Lutz Kubitschke/Joachim Trebbe: Zur Ermittlung einer medienübergreifenden Nutzungstypologie. Eine explorative Sekundäranalyse der Media-Analyse 1988. In: Media Perspektiven, Heft 3/92, S. 199—212.

[26]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 36. Die MA kommt dagegen bei den Tagesreichweitenzahlen bei Tageszeitungen für den Zeitraum 1985/86 bis 1990/91 zu einem recht stabilen Wert von rd. 82 % (vgl. Tabelle E 6).

[27]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 28 und 36.

[28]) Darschin/Frank, Tendenzen im Zuschauerverhalten 1993, S. 98.

[29]) Zitiert nach: Media Perspektiven. Basisdaten. Daten zur Mediensituation in Deutschland 1993. Frankfurt/Main 1993, S. 79. Zu den Ursachen für Abweichungen des Zahlenmaterials der verschiedenen zugrundegelegten Erhebungen vgl. oben Fußnote 1.

[30]) Zitiert nach: Bauer, Zeitungen als Gegenstand der Leserschaftsforschung, S. 163.

ländern (siehe Tabelle E 2) weisen darauf hin, daß die Medien im Alltag der Bürger einen festen Stellenwert haben. Wie aus Tabelle E 1 ersichtlich wird, ist die durchschnittliche Nutzungsdauer des Fernsehens in den alten Bundesländern zwischen 1985 und 1990 leicht, die des Hörfunks dagegen signifikant angestiegen. Die Erhöhung des für den Medienkonsum verwendeten Zeitbudgets in den alten Bundesländern ist vorrangig auf die Dualisierung des Rundfunksystems und die damit erfolgte Ausweitung des audiovisuellen Medienangebotes zurückzuführen. Dafür spricht auch der Rückgang der Nutzungsdauer der Tagespresse von 33 auf 30 Minuten.

Beim Vergleich zwischen neuen und alten Bundesländern ist festzuhalten, daß die Medienreichweite und auch die Nutzungsdauer von Presse, Hörfunk und Fernsehen im Beitrittsgebiet 1990 insgesamt höher waren als in den alten Bundesländern. Dies führen Wissenschaftler nicht nur auf das gesteigerte Informationsbedürfnis der Bevölkerung zurück, sondern ebenso auf das zum Erhebungszeitraum zur Verfügung stehende Freizeitangebot, eine stärker häuslich-familiär orientierte Lebens- und Freizeitgestaltung und bestimmte familiäre Strukturen (jüngeres Heiratsalter, größere Kinderzahl, u. a.).[31]) Höhere Werte bei der Reichweite und der Nutzungsdauer sind auch in den Folgejahren festzustellen.[32])

Der Anteil der für Radiohören und Fernsehen aufgewendeten Zeit an der Gesamtfreizeit des einzelnen hat sich zwischen 1985 und 1990 insbesondere bei den Jugendlichen zwischen 14 und 29 Jahren und den politisch schwach interessierten Bürgern vergrößert.[33])

Im Berichtszeitraum bis 1990 stieg die Anzahl der Medienvielnutzer[34]) in den alten Bundesländern deutlich an. 1990 lag ihr Anteil an der dort lebenden Bevölkerung bei 48 %.[35]) Gleichzeitig erhöhte sich der mit dem Medienkonsum verknüpfte Zeitaufwand der Vielnutzer: 1990 lag er bei 8 Stunden und 17 Minuten (neue Bundesländer: 8 Stunden und 34 Minuten; gesamt: 8 Stunden und 24 Minuten). Es sind vor allem die elektronischen Medien, die das Nutzungsprofil dieser Rezipientengruppe bestimmen: 83 % sind extensive Radiohörer, 60 % sehen ausgiebig fern, und nur knapp 33 % zählen zu den extensiven Zeitungslesern. Der Anteil der Bundesbürger in Ostdeutschland, die das Medienangebot extensiv nutzen, lag mit 58 % eindeutig über dem Anteil der Medienvielnutzer in Westdeutschland (48 %). Zu den extensiven Rezipienten des Fernsehens gehören in den neuen Bundesländern 50 % der Bevölkerung, im früheren Bundesgebiet 39 %.

---

[31]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 283 f.; ebenso Hans-Jörg Stiehler/Ute Karig: Fernsehnutzerprofile wie im Westen. Mediennutzung und Freizeitverhalten Jugendlicher in den neuen Bundesländern. In: Media Perspektiven, Heft 3/93, S. 127—133, hier S. 127.

[32]) Baldauf/Klingler, Konstante Hörfunknutzung in Deutschland, S. 411 f.; ebenso Darschin/Frank, Tendenzen im Zuschauerverhalten, S. 99.

[33]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 101.

[34]) Der Begriff des Medienvielnutzers geht auf eine Definition von Berg/Kiefer (Massenkommunikation IV) aus dem Jahre 1974 zurück und bezeichnet Rezipienten mit einer Mediennutzungsdauer von mindestens 5 Stunden (ebd., S. 137—141).

[35]) Ebd., S. 146 ff.

Tabelle E 1:

Reichweite und Zeitaufwand für die Nutzung aktueller Medien 1974 bis 1990
— in % Gesamtbevölkerung/montags bis samstags —

	1974	1980	1985	1990	
				alte Bundesländer	neue Bundesländer
Reichweite in %:					
Fernsehen	78	77	72	81	90
Hörfung	70	69	76	80	87
Tageszeitung	73	76	73	75	83
Zeitaufwand im Durchschnitt (Std.: Min.)					
Fernsehen	2:05	2:05	2:01	2:13	2:47
Hörfunk	1:53	2:15	2:34	2:57	3:00
Tageszeitung	0:38	0:38	0:33	0:30	0:35
die drei Medien gesamt[1])	4:26	4:46	4:55	5:27	6:04

[1]) Bei gleichzeitiger Nutzung von zwei Medien wurde für diesen Stellenwert nur jeweils ein Medium gezählt.
Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Klaus Berg/Marie-Luise Kiefer (Hrsg.), Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–1990. Baden-Baden 1992, S. 26, 36, 43; Marie-Luise Kiefer: Massenkommunikation 1990. In: Media Perspektiven, Heft 4/91, S. 245.

2.2 Nutzung der nichtaktuellen und nichtperiodischen Druckmedien

Lesedauer und Lesehäufigkeit stehen in Beziehung zu Alter, Schulbildung und Haushaltseinkommen. Jüngere Menschen lesen vergleichsweise mehr, die mit der Lektüre von Büchern verbrachte Zeit steigt mit dem Bildungsniveau und mit der Höhe des Einkommens an.

Nach einer 1992/1993 vorgenommenen Untersuchung der Stiftung Lesen[36]) nehmen 61 % der Bürger über 14 Jahren im alten Bundesgebiet und 83 % der Bevölkerung in den neuen Bundesländern mindestens einmal im Monat ein Buch zur Hand. Der durchschnittliche Zeitaufwand für die Lektüre von Sach-/Fachbüchern und Unterhaltungsliteratur beträgt jeweils etwa 20 Minuten pro Tag.[37]) Der positive Zusammenhang zwischen Leseinteresse und Buchnutzung auf der einen Seite und den Faktoren Bildung und Haushaltseinkommen auf der anderen ist in den neuen Bundesländern weniger ausgeprägt als im alten Bundesgebiet.[38]) 1993 lag die Zahl derjenigen, die sich für Bücher ganz besonders interessieren, in den fünf neuen Ländern bei 32,4 %, im früheren Bundesgebiet bei 29,9 % der Bevölkerung ab 14 Jahren.[39])

Wenngleich der Kreis der Leser in den neuen Bundesländern 1992/1993 deutlich größer ist als in den alten Bundesländern, so gibt es keine deutlichen Unterschiede hinsichtlich der Gesamtmenge des Gelesenen. Die Personen, die im Jahr ein bis fünf Bücher lesen, machen mit 39 % im Westen und 37 % im Osten den größten Anteil der Leser aus.[40])

Die Vorliebe für einzelne Buchgattungen steht in Zusammenhang mit Geschlecht, Alter und Ausbildung. Den größten Leserkreis finden Unterhaltungsliteratur und anspruchsvolle Belletristik. 89 % der Buchleser interessieren sich für diese Literaturgattungen. Die zweitgrößte Reichweite unter den Buchgattungen erzielen Ratgeberbücher. Sie werden von insgesamt 86 % der Leser genutzt und haben ihr größtes Publikum in den neuen Bundesländern.[41])

2.3 Nutzung der aktuellen Mediengattungen

Die Einführung des privatwirtschaftlichen Rundfunks sowie neuer Kommunikationstechniken führte zu einer Veränderung der Nutzungs- und Reichweitendaten auch innerhalb der einzelnen Mediengattungen. Im Rundfunkbereich ist eine Verschiebung zugunsten der privaten Anbieter zu beobachten.

Die Tendenz einer zurückgehenden Nutzung der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme zeichnet sich in der Entwicklung der Fernseh-Marktanteile ab. Den Verlauf dieser Entwicklung, bezogen auf die einzelnen Anbieter im Fernsehen, dokumentiert Tabelle E 2. Der Rückgang der Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter scheint jedoch Anfang 1994 zum Stillstand gekommen zu sein.[42])

Die Entwicklung im Hörfunkbereich ist in Tabelle E 3 zusammenfassend dargestellt. Daraus ergibt sich, daß die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten derzeit noch einen hohen Reichweitenanteil haben, weil insbesondere in den neuen Bundesländern der

[36]) Leseverhalten in Deutschland, S. 31. Siehe auch Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen. Ausgabe 1993. Frankfurt/Main 1993.

[37]) Leseverhalten in Deutschland, S. 10.

[38]) Buch und Buchhandel in Zahlen, S. 16 f.

[39]) Institut für Demoskopie, Allensbach: AWA '93. Allensbacher Markt-Analyse/Werbeträger-Analyse. 6 Bde. Allensbach 1993, hier Band I und III a.

[40]) Leseverhalten in Deutschland, S. 33.

[41]) Ebd., S. 12 und 34.

Tabelle E 2:

Fernsehnutzung nach Anbietern 1987 bis 1993

	Anteil am Fernsehkonsum in %[1])			
	1987*)	1989*)	1991*)	1993**)
ARD	42,2	32,7	27,2	16,1
ZDF	40,9	31,8	25,8	17,7
ARD/Dritte Programme	10,6	10,5	8,9	8,1
SAT.1	1,5	8,4	10,3	14,9
RTL	1,3	9,8	14,1	19,6
PRO 7[2])	.	.	3,8	8,9
Tele 5[3])	.	.	2,1	1,2
sonstige[4])	3,8	6,8	7,8	13,0

*) Früheres Bundesgebiet.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Bezogen auf die Sehdauer der Zuschauer ab 14 Jahren.
[2]) Sendebeginn: Januar 1989.
[3]) Bis Ende 1992 Tele 5, seit Januar 1993 Deutsches Sportfernsehen (DSF).
[4]) Alle übrigen per Satellit oder Kabel in Deutschland ausgestrahlten Programme.
Quelle: GfK-Fernsehforschung.

Tabelle E 3:

Hörfunknutzung: Hörer pro Tag[1]) 1986 bis 1993

Programm	Reichweite in %			
	1986*)	1988/89*)	1991*)	1993**)
ARD gesamt	.	.	64,2	60,8
Private gesamt	4,4	.	25,9	32,9
Hörfunkreichweite gesamt	77,5	78,5	81,4	82,1
Hördauer in Min.	146	154	161	169

*) Früheres Bundesgebiet.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren.

Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA): Media-Analyse 1991 (MA '91) und Media-Micro-Census 1991. Frankfurt/Main 1991 sowie MA '93.

Tabelle E 4:

Pressenutzung: Leser pro Ausgabe 1984 bis 1984

	Bevölkerung ab 14 Jahren											
	1984		1986*)		1988*)		1990*)		1992*)		1994**)	
	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	%	%
Tageszeitungen	39,87	82,7	40,26	83,5	40,53	83,2	40,24	82,1	40,48	81,7	50,94	81,2
darunter												
o überregionale Abonnementzeitungen	.	.	.	.	3,02	6,2	3,35	6,8	3,30	6,7	3,70	5,9
o regionale Abonnementzeitungen	34,67	71,9[1])	35,30	73,2	35,13	72,2	35,14	71,7	35,25	71,2	44,85	71,5
o Kaufzeitungen	13,65	28,3	13,72	28,4	13,86	28,5	12,70	25,9	12,94	26,1	13,99	22,3
Zeitschriften	44,09	91,4	44,74	92,8	45,79	94,0	46,02	93,9	47,12	95,1	60,85	97,0[2])

*) Früheres Bundesgebiet.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.
[1]) Der für das Jahr 1986 angegebene Wert in der Rubrik „regionale Abonnementzeitungen" schließt die überregionalen Abonnementzeitungen ein.
[2]) Publikumszeitschriften.

Die jeweils ausgewiesenen Werte sind nur bedingt miteinander vergleichbar, da die Zuordnung der einzelnen Presseobjekte zu den o. g. Kategorien in den einzelnen Jahren nicht immer gleich war.

Quelle: MA '84, '86, '88, '90, '92 und '94.

Aufbau des privaten Hörfunks erst nach 1990 in Gang gekommen ist.

Die Reichweitenzahlen der Tagespresse sind nach dem Befund der MA insgesamt gesehen im Berichtszeitraum geringfügig zurückgegangen (siehe Tabelle E 4). Nach Ergebnissen der Langzeitstudie von Berg/Kiefer sank im früheren Bundesgebiet zwischen 1985 und 1990 die Reichweite des Lokalteils. Dies wird mit einem verstärkten intermediären Wettbewerb auf regionaler und lokaler Ebene in Verbindung gebracht.[43]) In den neuen Bundesländern stieß zunächst die Lokalberichterstattung in der Tageszeitung auf ein generell niedrigeres Interesse der Leser als in den alten Bundesländern. Dies ist vermutlich u. a. darin begründet, daß Lokalberichterstattung zu DDR-Zeiten wenig entwickelt und der nach 1989 rasch ausgebaute Lokalteil für die Zeitungsleser in den neuen Bundesländern anfangs ungewohnt war. Dort waren in den ersten Jahren nach der politischen Wende vor allem die speziellen Informationsangebote, die Ratgeber-Seiten und die unterhaltenden Inhalte der regionalen Tageszeitung von Interesse.[44]) Die in den

[42]) Siehe dazu: TV-Marktanteile August 1993 bis Januar 1994. In: Medienspiegel, 18. Jg., Nr. 7 vom 4. Februar 1994, S. 8. Demnach ist der Marktanteil von RTL (bezogen auf die Sehdauer der Zuschauer ab sechs Jahren) zwischen Dezember 1993 und Januar 1994 von 18,6 auf 17,5 % zurückgegangen. Siehe auch Tabelle B 81 in Kapitel B.III.2.2.3.1. Die Differenzen zwischen den beiden Tabellen in den Angaben sind durch die unterschiedliche Zuschauerbasis bedingt.

[43]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 224 ff.
[44]) Ebd.; ebenso: Hans-Erdmann Scheler: Im Osten ist Vieles anders. In: Media Spectrum, Heft 7/93, S. 7—11.

neuen Bundesländern zu beobachtende starke Leser-Blatt-Bindung an die großen regionalen Abonnementzeitungen, die den genannten Leserinteressen nachzukommen versuchen, wird auch in den Ergebnissen der MA '94 deutlich: Die Reichweite der Regionalzeitungen lag auch 1994 mit 75,9 % in den neuen Bundesländern signifikant höher als in den alten Bundesländern (70,3 %).

Die Zeitschriften haben zwischen 1984 und 1994 ihre Reichweite deutlich gesteigert.

2.4 Reichweite und Nutzung der Medien bei Kindern und Jugendlichen

Kinder und Jugendliche gehören nach der Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten und anderen wissenschaftlichen Untersuchungen zu der Bevölkerungsgruppe, deren Fernsehkonsum mit der Einführung des Satelliten- und Kabelfernsehens und mit der gestiegenen Anzahl an Videorekordern in den deutschen Haushalten deutlich zugenommen hat.[45]) 1990 verbrachten Kinder zwischen 6 und 13 Jahren rd. 64 % der für Medien aufgewendeten Zeit mit Fernsehen und Video; die Nutzung von Hörfunk und Tonträgern machte 24 % aus, das Lesen 13 %. (Zum Vergleich: 1979 wurde noch 59 % des Medienzeitbudgets für das Fernsehen aufgewendet.) Fernsehen ist somit auch für die Kinder das Leitmedium geworden und gilt ihnen als zweitliebste Freizeitbeschäftigung nach dem Spielen.[46]) 82 % aus dieser Altersgruppe sehen täglich oder fast täglich fern. Dabei werden die unterhaltenden und fiktionalen Elemente des Fernsehangebots besonders bevorzugt. Die durchschnittliche Sehdauer pro Wochentag betrug 1985 92 Minuten und stieg nach einem Rückgang auf 86 Minuten im Jahre 1989 auf 98 Minuten im Jahre 1993 an. Die insgesamt vor dem Fernseher zugebrachte Zeit lag 1993 im westlichen Bundesgebiet bei 161 Minuten. Für die 6- bis 13jährigen in den neuen Bundesländern sind nochmals höhere Werte für die Seh- wie die Verweildauer zu verzeichnen: Insgesamt 180 Minuten wurden hier vor dem Fernseher verbracht, davon gelten 124 Minuten als reine Sehdauer (Stand: 1992).[47]) Ursachen für die Abweichungen im Nutzungsverhalten sind die unterschiedlichen Freizeitbedingungen in den alten und neuen Bundesländern für Kinder und die erst allmähliche wachsende Zahl von Tonträgergeräten in den Haushalten der neuen Bundesländer.

Auch für die Jugendlichen ist das Fernsehen das wichtigste Medium, gefolgt vom Schallplatten-/CD-Spieler und Kassettenrekorder/Tonband (19,8 %).[48])

[45]) Glogauer, Die neuen Medien verändern die Kindheit, S. 17 ff.

[46]) Walter Klingler/Thomas Windgasse: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung von 6- bis 13jährigen. In: Media Perspektiven, Heft 1/94, S. 1—13.

[47]) Ebd. Siehe auch die Jahresdurchschnittswerte der GfK-Fernsehforschung.

[48]) Siehe dazu auch die Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der CDU/CSU-BT- und der FDP-BT-Fraktion vom 16. Februar 1994, BT-Drs. 12/6836 („Situation der Jugend in Deutschland").

Die Reichweite von Fernsehen und Hörfunk ist im Berichtszeitraum deutlich angestiegen. Sahen 1986 noch 67,3 % der 14- bis 19jährigen täglich oder fast täglich fern, so lag der Vergleichswert im Jahre 1991 bei 77,5 %. Für den Hörfunk ergeben sich folgende Zahlen: 1986 hörten 86,5 % täglich oder fast täglich Radio, 1991 sind es 75,6 %. 1986 gaben 46,4 % der genannten Altersgruppe an, (fast) täglich Zeitung zu lesen, 1991 waren es noch 42,9 %.

Die Entwicklung der Nutzungsdauer von Hörfunk und Fernsehen in der Altersgruppe zwischen 14 und 19 Jahren läßt sich aus Tabelle E 5 ablesen. Demnach ist die für das Fernsehen aufgewendete Zeit deutlich gestiegen. Das Radiohören hat insbesondere als eine Tätigkeit außerhalb der Freizeit und damit neben anderen Beschäftigungen an Bedeutung im Alltag Jugendlicher gewonnen. Bei der Lektüre der Tageszeitung ist nach Werten von 27 Minuten (1974), 17 Minuten (1980) im Jahr 1990 gegenüber 1985 ein geringfügiger Anstieg von 13 auf 16 Minuten zu verzeichnen.[49])

Tabelle E 5:

Hörfunk- und Fernsehnutzung der 14- bis 19jährigen in der Freizeit 1980 bis 1990 in den alten Bundesländern — montags bis samstags —

	Stunden : Minuten		
	1980	1985	1990
Fernsehen in der Freizeit (im Haus)	1:15	1:05	1:55
Hörfunk in der Freizeit	0:51	1:13	1:08
Hörfunk außerhalb der Freizeit	0:58	0:55	1:14

Tabelle erstellt auf der Grundlage von: Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 103.

Wie der Besitz von Buch, Zeitung und Zeitschrift, so hängt auch der Zugang und die Nutzung dieser Medien bei Kindern und Jugendlichen im wesentlichen vom familiären Umfeld ab. Weitere Bedingungsfaktoren sind das Medienverhalten der Freunde sowie die eigenen Motivationsstrukturen und Wertvorstellungen.[50]) Der Stellenwert der AV-Medien scheint mit steigendem Alter zu wachsen: Fast 40 % der Altersgruppe der 9- bis 11jährigen lesen noch täglich in einem Buch. Während Zeitungen und Zeitschriften von etwa der Hälfte der Jugendlichen täglich zur Hand genommen werden,[51]) widmen sich nur 25 % der 13- bis 18jährigen täglich der Lektüre eines Buches. Diese Zahlen waren in den letzten Jahren stabil.

[49]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 308.

[50]) Bonfadelli/Fritz/Köcher, Lesesozialisation, S. 14—18.

[51]) Siehe dazu auch BDZV (Hrsg.): Zielgruppe Junge Zeitungsleser. Der Stellenwert lokaler und regionaler Tageszeitungen als Informationsmedium für Jugendliche und junge Erwachsene. Bonn 1994.

Tatsächliches Leseverhalten und die Einstellung gegenüber dem Medium Buch weichen jedoch insofern voneinander ab, als 62 % der Jugendlichen angeben, sie würden gerne oder sehr gerne lesen.[52]) Diese Diskrepanz macht deutlich, daß Lesen eine Form der Mediennutzung darstellt, mit der sich zwar Sozialprestige verbindet, zu der aber familiäre Erziehung und Schulausbildung hinführen.

Im Gegensatz zu den älteren Bevölkerungsgruppen änderten die 13- bis 17jährigen in der ehemaligen DDR ihr Nutzungsverhalten im Zuge des politischen Wandels nur geringfügig.[53]) Dies ist darauf zurückzuführen, daß die Jugendlichen sich schon zu Zeiten der DDR an internationale bzw. industriegesellschaftliche Standards angepaßt haben. Das Leseverhalten der Jugendlichen im Osten ist heute vergleichbar mit dem ihrer westlichen Altersgenossen gegen Ende der achtziger Jahre. Lediglich bei der Lektüre der Tageszeitung ließen sich zwischen Jugendlichen in den neuen und in den alten Bundesländern noch deutliche Unterschiede feststellen. Widmeten sich täglich 61,6 % der 14- bis 19jährigen in den alten Bundesländern der Lektüre der Tagespresse, so sind es in den neuen Bundesländern 67,1 % der gleichen Altersgruppe (Bundesgebiet Ost und West: 62,9 %).[54]) Die Lektüre von Tageszeitungen geht jedoch seit 1990 zurück, Sachbücher und (Jugend-)Illustrierte — „Super Illu" und „Bravo" — genießen großen Zuspruch. Die Vorlieben für unterhaltende Fernsehangebote und für Comics stehen in Korrelation zueinander.

Reichweite und Nutzungsdauer sind jedoch keine Indikatoren für die Intensität des Medienkonsums. Gerade im Hinblick auf die Frage nach den Auswirkungen der Medienrezeption gilt es zu untersuchen, mit welcher Aufmerksamkeit die Mediennutzung erfolgt.[55])

3 Ausgewählte Aspekte der Mediennutzung

Die quantitative und qualitative Ausweitung des Medienangebotes hat vor dem Hintergrund des gesamtgesellschaftlichen Wandels in den achtziger Jahren zu einer weiteren Ausdifferenzierung der Rezeptionsmuster in der Bevölkerung geführt. Die traditionellen Determinanten der Mediennutzungsforschung — soziodemographische Merkmale wie Alter, Geschlecht, Ausbildung, Beruf, im Haushalt verfügbares Einkommen — sind als Erklärungsmuster der verschiedenen Nutzungsprofile nicht hinreichend. Zur Analyse von Überschneidungen bzw. Differenzierungen innerhalb der unterschiedlichen soziodemographischen Einheiten müssen auch soziokulturelle Variablen herangezogen werden: politisches Interesse, kommunikative Grundorientierung, Wertorientierungen, soziale Milieus, Freizeit- und Konsumverhalten und Lebensstil.

3.1 Soziodemographische Merkmale der einzelnen Mediennutzergruppen

Hauptbenutzer des privaten bzw. des öffentlich-rechtlichen Rundfunks lassen sich anhand soziodemographischer Merkmale unterscheiden. So ist das Publikum des kommerziellen Rundfunks überwiegend männlich, ledig, eher unterdurchschnittlich gebildet und zumeist voll erwerbstätig. Der Anteil derjenigen, die jünger als 30 Jahre sind, ist unter den Privatfunkrezipienten überdurchschnittlich groß. Entsprechend hoch ist der Anteil von Familien mit Kindern unter 14 Jahren am Rezipientenkreis der privaten Fernseh- und Hörfunkprogramme. Für das Publikum öffentlich-rechtlicher Programme zeigen sich demgegenüber fast spiegelbildliche Strukturen. Kernpublikum der öffentlich-rechtlichen Anstalten sind vom Alter her weniger Jugendliche und Senioren, sondern mehr die aktiven Jahrgänge zwischen 30 und 59 Jahren.[56]) Das Fernsehpublikum in den neuen Bundesländern weicht aufgrund der hohen Reichweite und Attraktivität des Mediums Fernsehen in seiner demographischen Struktur weniger von der Gesamtbevölkerung ab als die Fernsehzuschauer des alten Bundesgebietes. Bei der Differenzierung des Hörfunkpublikums im Beitrittsgebiet dagegen ergeben sich dieselben Abweichungen von der Struktur der Gesamtbevölkerung wie beim Fernsehpublikum.

Bei der Leserschaft der Tagespresse ergab eine nach Zeitungstypen (regionale, überregionale, Kaufzeitungen) sondierende Analyse für das Jahr 1990 ein sehr heterogenes Profil: Frauen sind nur in der Leserschaft der regionalen und lokalen Presse proportional zu ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung vertreten, bei den überregionalen Titeln sowie den Kaufzeitungen dominieren die männlichen Leser. Die regional verbreitete Presse findet ihre Leser vor allem bei den Altersgruppen über 40 Jahren; ihre Leser sind i.d.R. verheiratet, besitzen eine durchschnittliche formale Bildung und durchschnittliches politisches Interesse. Die Leserschaft der Kaufzeitungen ist jünger und setzt sich überproportional aus berufstätigen Personen zusammen.[57])

3.2 Korrelation von kommunikativer Grundorientierung und Medien(angebots)präferenz

Studien zur Nutzung der Medien im Verbund belegen, daß politisches Interesse, intensive Nutzung der Tagespresse und die Vorliebe für die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehprogramme korrelieren.

---

[52]) Ebd.

[53]) Hans-Jörg Stiehler/Ute Karig: Fernsehnutzerprofile wie im Westen; ebenso Bernd Lindner: Annäherung an westliche Lektüremuster. Daten zum Leseverhalten Jugendlicher in den neuen Bundesländern. In: Media Perspektiven, Heft 3/93, S. 134—142.

[54]) MA '93.

[55]) Ernstwilhelm Wöhler: Es kommt auf die Gewichtung an. In: Media Spectrum, Heft 7/93, S. 31—33. Ebenso Horst W. Opaschowski: Fernsehverhalten im Wandel. Aktuelle Ergebnisse aus der B.A.T.-Grundlagenforschung. 2., neubearbeitete Aufl. Hamburg 1993.

[56]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 76—82.

[57]) Ebd., S. 81f.

Vielnutzer der Pressemedien, beispielsweise Leser von zwei regionalen oder überregionalen Abonnementzeitungen, zeichnen sich durch eine starke Informationsorientierung bei der Auswahl von Fernsehinhalten und durch eine Präferenz für die Programmangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus.[58]) Umgekehrt ist bei unterhaltungsorientierten Medienkonsumenten die Häufigkeit der Lektüre der politischen Berichte und Kommentare in der Zeitung unterdurchschnittlich.[59]) Unterhaltungsinteressierte Zuschauer bevorzugen aus der Palette der Printmedien die Kaufzeitungen.

Eine weitere Interdependenz existiert zwischen kommunikativer Grundorientierung, Programmpräferenz und Nutzungsdauer. Vielseher präferieren unterhaltende Fernsehinhalte und schalten vorzugsweise kommerzielle Fernsehprogramme ein. Die Selektivseher dagegen bevorzugen das Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.[60])

Auch bei den Rezipienten des Hörfunks ist — in Analogie zum Fernsehpublikum — eine Korrelation zwischen Präferenz für den Privatfunk und Unterhaltungsorientierung einerseits und der Vorliebe für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk und Informationsinteresse andererseits zu beobachten.

Der Lokalteil, nicht jedoch der politische „Mantel" der Tageszeitung hat nach Untersuchungen im Rahmen der Langzeitstudie „Massenkommunikation" 1990 gegenüber 1985 in den alten Bundesländern sowohl an Reichweite wie an Bindung verloren. Den Befunden zufolge haben sich bereits 1985 sichtbar gewordene Anzeichen nachlassender Attraktivität und eventuell abnehmender Funktionalität der Zeitung im Hinblick auf die Bedürfnisse der Leser verstärkt. Eine Ursache dafür liegt aus der Sicht der Wissenschaftler in der gestiegenen Bedeutung des Hörfunks als regionales und lokales Medium.[61])

3.3 Informationsverhalten der Bürger

Das hohe, durch die damalige Situation mitbedingte Informationsbedürfnis der Bevölkerung in den neuen Bundesländern sorgte 1990 für deutliche Unterschiede beim Ost-West-Vergleich der Nutzung der Informationssendungen in Hörfunk und Fernsehen. Wenngleich die Bürger in der ehemaligen DDR eine größere Unterhaltungsorientierung bei der Auswahl aus dem Fernsehprogramm aufwiesen[62]), so war zu beobachten, daß das Informationsangebot des Fernsehens 1990 insgesamt eine höhere Reichweite bei der Bevölkerung der neuen Bundesländer erzielte als unter den Bürgern der alten Bundesländer. Stärker als in den alten Bundesländern wurde auch der Hörfunk im Bundesgebiet Ost als Informationsmedium geschätzt und genutzt. Die längere Dauer der Tageszeitungslektüre und die Präferenz für den Service-Teil sowie die Anzeigen sind weitere Indikatoren für das Informations- und Orientierungsbedürfnis der Bürger in den neuen Bundesländern. Tabelle E 6 verdeutlicht die Nutzung des politischen Informationsangebotes der Medien durch die Bürger im Jahre 1990.

Nach den Ergebnissen einer im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung erstellten Studie besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Rezeption unterhaltender Medieninhalte und einem negativen Bild der Politik.[63]) Aktuelle Analysen der Einschaltquoten und Sehbeteiligungsverhältnisse der Fernsehprogramme belegen für das Jahr 1992 die These vom „Unterhaltungsslalom": Die

[58]) Rüdiger Schmitt-Beck/Peter R. Schrott: Dimensionen der Fernsehnutzung in West- und Ostdeutschland. Eine vergleichende Untersuchung zu Rezeptionsmustern von Tageszeitung und Fernsehen. In: Media Perspektiven, Heft 6/92, S. 376—392, hier S. 390.

[59]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 219.

[60]) Ebd., S. 146 ff.

[61]) Ebd., S. 225 f.

[62]) Ebd., S. 222 f.

[63]) Christina Holtz-Bacha: Massenkommunikation und Entfremdung. Gibt es einen Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Entfremdung? Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. München 1986; siehe dazu ausführlich Kapitel E.II. des Medienberichts.

Tabelle E 6:

Die Nutzung politischer Informationsangebote der Medien pro Tag 1990
— in % der Bevölkerung/montags bis sonntags —

	alte Bundesländer			neue Bundesländer		
	Fernsehen	Hörfung	Tageszeitung	Fernsehen	Hörfunk	Tageszeitung
am Stichtag das Medium genutzt:						
o das Medium	81	79	71	90	86	78
o Nachrichten des Mediums	63	62	51	73	78	58
o politische Information des Mediums insgesamt	65	63	56	75	78	63

Quelle: Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 175.

Tabelle E 7:

Durchschnittliche Reichweiten der Fernsehnachrichten 1985 bis 1992 — in % der Fernsehhaushalte —

	1985	1987	1989	1991	1992	1993		
						alte Bundesländer	neue Bundesländer	gesamt
„heute" Mo–So, 19.00 Uhr	23	23	21	21	18	17	13	17
„Tagesschau" Mo–So, 20.00 Uhr	27	27	25	24	20	17	13	16
„heute-journal" Mo–Sa, 21.45 Uhr	19	18	15	15	11	11	8	10
„Tagesthemen" Mo–Sa, 22.30 Uhr	14	16	13	12	9	8	6	7
„RTL aktuell" Mo–So, 18.45 Uhr	.	.	3	5	6	7	11	8
„SAT.1 News" Mo–Fr, 18.45 Uhr	.	.	3	3	4	3	6	4

Tabelle erstellt auf der Grundlage von: GfK-Fernsehforschung.

Informationssendungen der öffentlich-rechtlichen Programme in der Zeit zwischen 20.00 und 22.00 Uhr werden offensichtlich durch Umschalten auf das Angebot der privaten Sender umgangen. Dabei wird offenbar auch das Nachrichtenangebot der Privatsender nicht genutzt. Insbesondere in Kabel- und Satellitenhaushalten werden weniger Nachrichten gesehen als in Haushalten mit terrestrischem Empfang.[64]) Die Entwicklung der Reichweitenzahlen von Nachrichtensendungen in den Jahren 1985 bis 1993 geht aus Tabelle E 7 hervor. Danach verlieren ARD- und ZDF-Nachrichtensendungen an Bedeutung gegenüber den Vorjahren. In den neuen Bundesländern werden sie deutlich weniger beachtet als in den alten; die zwei führenden Nachrichtensendungen von ARD und ZDF bleiben dennoch die meistgesehenen Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen.[65])

Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich bei politischen Magazinen und Informationssendungen ab. Die Angebote der öffentlich-rechtlichen Veranstalter genießen in deutschen Haushalten (besonders „Monitor" (ARD) und „Bonn direkt" (ZDF)) die größte Beachtung. Einzelne Magazine der privaten Anbieter erreichen mittlerweile eine annähernd hohe Resonanz mit steigender Tendenz („Explosiv" (RTL) und „Spiegel TV" (RTL)); die Beachtung dieser Sendungen in den neuen Bundesländern ist deutlich stärker als in den alten.[66])

3.4 Image und Glaubwürdigkeit der tagesaktuellen Medien

In hochentwickelten Industriestaaten wie der Bundesrepublik Deutschland übernehmen die Massenmedien eine zentrale Aufgabe als Mittler der öffentlichen Kommunikation. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Frage, welches Meinungsbild von den Medien herrscht und welche Glaubwürdigkeit man ihnen attestiert, große Bedeutung.

Nach den Erhebungen der Langzeituntersuchung „Massenkommunikation 1964 bis 1990" ist die kontinuierlich fortschreitende Verschlechterung des Images (hier verstanden als positive Einschätzung insbesondere der Medienfunktionen „Information", „Unterhaltung", „Escape"[67])) aller drei aktuellen Medien 1990 in den alten Bundesländern erstmals zum Stillstand gekommen: Presse, Hörfunk und Fernsehen wird in allen Funktionsbereichen 1990 höhere Funktionstauglichkeit zugewiesen als noch im Jahre 1985, wobei das Fernsehen 1990 die höchste Zustimmung erhielt.[68]) Tageszeitung und Fernsehen genossen 1990 vor allem im Funktionsbereich der politischen Berichterstattung eine deutlich höhere Wertschätzung als noch vor fünf Jahren. Hohe

[64]) Wolfgang Darschin/Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Reichweiten 1992. In: Media Perspektiven, Heft 3/93, S. 114—126, hier S. 120; ferner: dies., Tendenzen im Zuschauerverhalten 1993, S. 108f. Siehe auch: Michael Darkow: Wettbewerb im dualen System, Zuschauerverhalten — Akzeptanz der Programme. In: Konrad-Adenauer-Stiftung (Hrsg.): Wer erfüllt den Auftrag zur Grundversorgung? Dokumentation des medienpolitischen Kongresses der Konrad-Adenauer-Stiftung am 28./29. September 1992 in Mainz. 2. Medienpolitisches Werkheft, S. 25—54.

[65]) Darschin/Frank, Tendenzen im Zuschauerverhalten 1993, S. 105—107.

[66]) Ebd., S. 106f.

[67]) Unter der Escape-Funktion wird im allgemeinen die Bedeutung verstanden, die den Medien bei der Ablenkung von Alltagssorgen und beim Entspannen zukommt.

[68]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 266 bis 268.

Zustimmung erhielten sie hierbei insbesondere als meinungsbildende, orientierunggebende und geistig anregende Informationsquellen. Die Unterhaltungs- und die Escape-Funktion des Fernsehens haben die Befragten 1990 insgesamt weitgehend unverändert gegenüber 1985 beurteilt. Die Aufgabe, zu unterhalten und für Entspannung und Ablenkung zu sorgen, stellte jedoch aus der Sicht der Fernsehzuschauer die zweitwichtigste Funktion des Mediums dar nach der Aktualität und vor der Vollständigkeit der Berichterstattung. Der Hörfunk hat hinsichtlich der Unterhaltungsfunktion weiter im Meinungsbild der Bürger verloren, konnte aber im Informationssektor auf regionaler Ebene an Image gewinnen.[69])

Aus einer noch stärker differenzierenden intramediären Analyse ergeben sich zusätzliche Aspekte: Beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen dominiert die Informationsfunktion das Profil, beim privaten Fernsehen stehen die Unterhaltungs- und die Escape-Funktion im Vordergrund. Auch beim Hörfunk läßt sich eine ähnliche Funktionsaufteilung zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Anbietern feststellen.

Objektivität und relative Glaubwürdigkeit[70]) der beiden Mediengattungen Tageszeitung und Fernsehen sind im Meinungsbild der Bundesbürger im früheren Bundesgebiet 1990 gegenüber 1985 etwas gestiegen. Damit ist der seit 1964 zu beobachtende kontinuierliche Rückgang der relativen Glaubwürdigkeit und der Objektivität der Medien aus der Sicht der Bürger zum Stillstand gekommen. Dem Fernsehen wurde die höchste Objektivität zugesprochen (33 % des weitesten Publikums[71])), der Hörfunk nahm hierin die Mittelposition ein (23 %), die Tageszeitung folgte an dritter Stelle (18 %). Auch in puncto relative Glaubwürdigkeit stand das Bildmedium 1990 an der Spitze (63 %), in weitem Abstand rangierte an zweiter Stelle die Tageszeitung (22 %), an dritter Stelle der Hörfunk (15 %). Eine Übersicht über die Entwicklung in den letzten Jahren liefert die Tabelle E 8. Sie gibt den Befund der Befragung nach der relativen Glaubwürdigkeit der Medien im Falle widersprüchlicher Berichterstattung wieder und nennt die direkte Beurteilung der Objektivität der Medienberichterstattung mit Hilfe einer Zehnerskala.

Bei der Interpretation der Zahlen ist zu berücksichtigen, daß es sich hierbei nur um pauschale Gesamtwerte für die drei einzelnen Mediengattungen. Die Einschätzung der einzelnen Rundfunksparten, der Inhalte und der Zeitungstypen dagegen hängt von einer Vielzahl von individuellen Faktoren (formale Bildung, politisches Interesse, Mediennutzungspräferenzen, Erwartungen, öffentliche Einschätzung der politischen Richtung der Medien usw.) ab.[72]) Differenziert man zwischen alten und neuen Bundesländern, dann ergibt sich für 1990 für die neuen Bundesländer ein deutlich größerer Prozentsatz von Bürgern, die dem Fernsehen den höchsten Grad an Glaubwürdigkeit attestierten. Der Tageszeitung dagegen wurde dort von signifikant weniger Personen Glaubwürdigkeit zugesprochen. Das Lebensalter hatte in beiden Teilen Deutschlands relativ wenig Auswirkungen auf die Einschätzung: Bei niedrigerem Bildungsgrad fällt die Entscheidung häufiger zugunsten des Fernsehens als glaubwürdigstem Medium aus; mit steigender Bildung für die Tageszeitung.

[69]) Ebd., S. 268.

[70]) Mit „Objektivität" ist die Objektivität der Berichterstattung gemeint; „relative Glaubwürdigkeit" bezeichnet die höhere Glaubwürdigkeit eines Mediums im Vergleich zu den anderen Medien im Falle widersprüchlicher Berichterstattung.

[71]) Unter dem Begriff des „weitesten Publikum" werden in der Langzeitstudie „Massenkommunikation" Personen verstanden, die das jeweilige Medium nach eigenen Angaben mindestens selten nutzen.

[72]) Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 254—259; ebenso Günter Bentele: Öffentliches Vertrauen. Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Bericht vom Dezember 1992. Teil I und Teil II, hier Teil I, S. 38—47.

Tabelle E 8:

Zuordnung der Dimensionen „Objektivität" und „relative Glaubwürdigkeit" 1986 bis 1990 in den alten Bundesländern — in % —

Jahr	„Objektivität"						„relative Glaubwürdigkeit"		
	Statement „berichtet wahrheitsgetreu"			Skalenpunkte 9 und 10 der Objektivitätsskala			Alternativentscheidung zwischen den Medien		
	Fernsehen	Hörfunk	Tageszeitung	Fernsehen	Hörfunk	Tageszeitung	Fernsehen	Hörfunk	Tageszeitung
1964	47	45	32	51	41	31	.	.	.
1970	56	47	23	59	38	20	75	13	12
1974	43	38	22	49	31	20	70	13	14
1980	41	32	21	41	28	19	68	14	15
1985	27	25	18	33	24	17	62	17	21
1990	28	24	19	33	23	18	63	15	22

[1]) Basis: jeweils weitestes Publikum der Medien.

Quelle: Berg/Kiefer, Massenkommunikation IV, S. 255.

Tabelle E 9:

„Medien-Vertrauen" nimmt ab
— Zustimmung in % der Befragten —

	1986*)	1988*)	1990*)	1993**)
Hörfunk	73	70	67	61
Fernsehen ...	66	62	64	52
Zeitungen ...	51	50	51	42

*) Früheres Bundesgebiet.
**) Bundesrepublik Deutschland nach dem Gebietsstand seit dem 3. Oktober 1990.

Quelle: Emnid, Dezember 1992/Januar 1993.

Tabelle E 10:

Größere „Medien-Skepsis" in den neuen Bundesländern — in % der Befragten —

	insgesamt	alte Bundesländer	neue Bundesländer
Hörfunk			
○ Vertrauen	61	64	49
○ kein Vertrauen .	37	34	49
○ keine Angabe .	2	2	2
Fernsehen			
○ Vertrauen	52	53	48
○ kein Vertrauen .	46	45	49
○ keine Angabe .	2	2	3
Zeitungen			
○ Vertrauen	42	47	24
○ kein Vertrauen .	56	51	74
○ keine Angabe .	2	2	2

Quelle: Emnid, Dezember 1992/Januar 1993.

Eine vom Emnid-Institut zum Jahreswechsel 1992/93 vorgenommene Umfrage konstatiert ein in Gesamtdeutschland generell sinkendes Vertrauen in die Medien (siehe Tabelle E 9). Dieses negative Urteil ist vor allem auf eine die Gesamtstatistik drückende, erheblich größere Medienskepsis in den neuen Ländern zurückzuführen. Dort erhielten zwar Fernsehen und Hörfunk die höchsten Vertrauensnoten unter den Mediengattungen, doch liegen diese Werte deutlich unter den Vergleichswerten für die alten Länder (siehe Tabelle E 10).

Gründe für diese im Bundesvergleich deutlich größere Skepsis der Bürger in den neuen Ländern sind laut Medienfachkreisen darin zu suchen, daß in den neuen Bundesländern die Umstellung vom ehemals staatlich gelenkten Mediensystem der DDR auf eine freie Berichterstattung noch nicht abgeschlossen ist.[73])

4 Medienpädagogische Initiativen der Bundesregierung

Der in den achtziger Jahren einsetzende Strukturwandel des Massenkommunikationssystems hatte u.a. eine enorme Erweiterung des massenmedialen Angebots zur Folge. Aus dem derzeit bestehenden Informations- und Unterhaltungsangebot der Medien vermag der einzelne auch bei extensiver Nutzung nur einen Bruchteil wahrzunehmen. Die Rezeption der in den Massenmedien präsentierten Inhalte kann jedoch — trotz nahezu erreichter Omnipräsenz der Medien und trotz der Aktualität der Berichterstattung — stets nur einen Bereich der sozialen Kommunikation abdecken. Informationen aus und über die unmittelbare Nahwelt, identitätsbildende und -stabilisierende Erfahrungen sind vorrangig nur auf dem Wege direkter zwischenmenschlicher Kontakte zu erlangen. Die Beherrschung aller Kommunikationsformen und der kompetente Umgang mit sämtlichen Medien sind notwendige Voraussetzung, um in der Gemeinschaft selbständig zu urteilen und handeln.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die medienpädagogische Hinführung zu den Medien zunehmend an Bedeutung. Es ist unabdingbar, vor allem Kindern und Jugendlichen, die auf äußere Einflüsse jeglicher Art sehr sensibel reagieren, die Strukturgesetze medialer Wirklichkeit und die Möglichkeiten einer konstruktiven Nutzung der Medien zu vermitteln. Die Bundesregierung hat in den vergangenen Jahren wissenschaftliche Projekte, in denen die Medienwirkung und der daraus resultierende medienpädagogische Handlungsbedarf untersucht wird, in Auftrag gegeben oder gefördert.[74]) Darüber hinaus hat sie eine Reihe von medienpädagogischen Maßnahmen entweder unmittelbar veranlaßt oder Bildungseinrichtungen und gemeinnützige Träger darin unterstützt. Im Rahmen ihrer Zuständigkeit hat die Bundeszentrale für politische Bildung in den letzten Jahren ihre Aufklärungsarbeit zum Themenbereich „Medienpädagogik" verstärkt. Sie hat neben einer Reihe von fachbezogenen Tagungen mit Medienschaffenden, Pädagogen und Kommunikationsforschern Analysen und pädagogische Handreichungen zur ethischen Medienerziehung in Schule und Jugendarbeit veröffentlicht.[75])

[73]) Robert Hugle: Das Ansehen hat gelitten. In: Medienspiegel, 17. Jg., Nr. 24 vom 14. Juni 1993, S. 3.

[74]) Vgl. hierzu Kapitel E.II.

[75]) Z. B. die Publikation: Udo Friedrich Schmälzle (Hrsg.): Neue Medien — Mehr Verantwortung! Analysen und pädagogische Handreichungen zur ethischen Medienerziehung in Schule und Jugenschutz. Bundeszentrale für politische Bildung. Schriftenreihe Band 310. Bonn 1992. Damit sollen Eltern und Erzieher in die Lage versetzt werden, Kindern und Jugendlichen Hilfestellung bei der Verarbeitung medialer Geschehnisse zu geben.

Besonderes Augenmerk gilt der Erhaltung und Förderung des Lesens als einer traditionellen Kulturtechnik, die wesentlich zur Herausbildung der intellektuellen, kognitiven und emotionalen Fähigkeiten beiträgt. Durch zahlreiche medienpädagogische Publikationen, durch finanzielle Unterstützung von Bund-Länder-Projekten, von Modellversuchsprogrammen in Schulen im Rahmen der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung, von Initiativen der Deutschen Lesegesellschaft bzw. der Stiftung Lesen versucht die Bundesregierung daran mitzuwirken, dem Buch auch in der Zukunft einen festen Stellenwert in der Mediennutzung des einzelnen zu bewahren.

Andere medienpädagogische Schwerpunkte sind der kreative Umgang mit dem Computer, mit Film und Video als Gegenstand der Rezeption und Interpretation sowie als Medium zur Verarbeitung und zur Artikulation eigener Erfahrungen.[76]) Weiteres Ziel ist es, im Zusammenwirken mit den Medienverantwortlichen und den Eltern den Minderjährigen ein Welt- und insbesondere Menschenbild zu vermitteln, das dem Grundgesetz entspricht und nicht von Aggression und Gewalt dominiert wird. Hierzu gehört ein ausreichendes, von übermäßigem Fernsehkonsum wegführendes Angebot an alternativen Möglichkeiten, Freizeit zu gestalten.

5 Gewalt in den Medien

In Zusammenhang mit der besorgniserregenden Zunahme von Gewalt und Gewaltbereitschaft in der Gesellschaft wird auch die Rolle der Medien als Schaltstellen der öffentlichen Kommunikation und Information kritisch geprüft. Es handelt sich um ein schwerwiegendes gesellschaftliches Problem, mit dessen Ursachen sich alle Verantwortlichen in Gesellschaft, Schule, Familie und Kirche auseinandersetzen müssen, damit die Grundregeln des sozialen Miteinanders auch zukünftig gewährleistet sind. Die gesetzlichen Bestimmungen zum Jugendschutz regeln nur den Bereich besonders grausamer Medieninhalte.[77])

Unabhängig von den zwischenzeitlich von Bund[78]), Ländern[79]), Deutschem Presserat[80]), öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten[81]) und privaten Anbietern[82]) eingeleiteten Maßnahmen und unbeschadet der verfassungsmäßig garantierten Freiheit von Presse, Hörfunk und Fernsehen sollten die Medien noch stärker dem gesellschaftlichen Gemeinwohl folgen, indem sie wirkungsvolle Selbstkontrollmechanismen bei der Auswahl und Gestaltung des eigenen Informations- und Unterhaltungsangebotes einführen. In Zusammenhang mit der Diskussion um Gewalt in den Medien ist überdies zu beobachten, daß die Ausstrahlung gewalthaltiger Inhalte nicht die Zustimmung der Bevölkerung findet: 70 bis 80 % der Bürger sind der Auffassung, es würden im deutschen Fernsehen zu viele Gewaltszenen gezeigt.[83]) Insbesondere das sog. Reality-TV, das Unfälle, Polizeifahndungen oder Rettungseinsätze in voyeuristisch-sensationalistischer Weise zeigt, findet bei der überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung wenig Anklang.[84])

Auf Initiative des Bundespräsidenten haben acht Sachverständige die organisatorischen und inhaltlichen Aspekte des Fernsehens in Deutschland untersucht. Der dem Bundespräsidenten vorgelegte „Be-

---

[76]) Im einzelnen siehe dazu die Antwort der Bundesregierung auf eine kleine Anfrage der SPD-Fraktion zum Thema „Kinder und Kultur“, BT-Drs. 11/5285.

[77]) Vgl. hierzu Kapitel D.V.8.

[78]) Beschluß der Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder vom 13./14. Mai 1993 zu „Reality-TV“; Inhalt:
○ Appell an das Verantwortungsbewußtsein der Medien;
○ Hinwirken von Bund und Ländern, daß die zuständigen Stellen und Organisationen sich nicht mehr an dieser Form der Berichterstattung beteiligen.

[79]) Beschluß der Konferenz der Ministerpräsidenten vom 16. Dezember 1993 zur Verschärfung der Bestimmungen zum Jugendschutz im Rundfunkstaatsvertrag (Inkrafttreten voraussichtlich: 1. August 1994); Inhalt:
○ Unzulässigkeit von Reality-TV-Sendungen mit reinem Unterhaltungscharakter, wenn sie die Menschenwürde verletzen (andere Einschätzung bei reinen Informationssendungen);
○ Neuregelung der Zeitgrenzen für die Ausstrahlung von Filmen (bisher gilt: Ausstrahlung von Filmen ab 16 Jahren zwischen 22.00 und 6.00 Uhr; Ausstrahlung von Filmen ab 18 Jahren zwischen 23.00 und 6.00 Uhr);
○ notwendige schriftliche Begründung bei der Ausstrahlung von indizierten Filmen;
○ Einführung eines Kindersicherungssignals;
○ Verpflichtung der öffentlich-rechtlichen wie privaten Rundfunkveranstalter zur Bestellung eines Jugendschutzbeauftragten bei den Sendern.

[80]) Der Deutsche Presserat hat am 24. Februar 1994 den Pressekodex wie folgt ergänzt: „Unangemessen sensationell ist eine Darstellung, wenn in der Berichterstattung der Mensch zum Objekt, zu einem bloßen Mittel, herabgewürdigt wird. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn über einen Sterbenden oder körperlich oder seelisch leidenden Menschen in einer über das öffentliche Interesse und das Informationsinteresse der Leser hinausgehenden Art und Weise berichtet wird.“

[81]) Gemeinsame Maßnahmen von ARD und ZDF:
○ Aktualisierung der Richtlinien zur Sicherung des Jugendschutzes;
○ gemeinsames Forschungsprojekt der ARD/ZDF-Medienkommission „Gewalt im Fernsehen“ (siehe unten Fußnote 86);
weitere Maßnahmen der ARD:
○ Einsetzung einer Anti-Gewaltkommission;
○ Ergänzung der ARD-Grundsätze gegen Verharmlosung und Verherrlichung von Gewalt im Fernsehen;
weitere Maßnahmen des ZDF:
○ Verschärfung der Senderichtlinien (Ausstrahlungsverbot für alle Filme, die von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften indiziert worden sind).

[82]) Gründung der „Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen“ am 16. November 1993.

[83]) Vgl. hierzu die im Juni vorgenommene Umfrage des Instituts für Demoskopie, Allensbach, und ebenso die Erhebung des Instituts für praxisorientierte Sozialforschung (IPOS), Mannheim („Einstellungen zu aktuellen Fragen der Innenpolitik 1993 in Deutschland“).

[84]) Vgl. hierzu die Umfrage von IPOS (siehe Fußnote 83), wonach 62 % in den alten und 54 % in den neuen Bundesländern diese Darstellungsform ablehnen. Die Auswirkungen der Rezeption von Reality-TV hat Jürgen Grimm, Universität Mannheim, im Rahmen eines Zuschauerexperimentes mit drei ausgewählten Beiträgen

richt zur Lage des Fernsehens"[85]) (Berichtsstand: Mitte Februar 1994) behandelt schwerpunktmäßig die Frage der Gewaltdarstellungen in den Medien und die Konzentrationstendenzen im privaten Fernsehen. Des weiteren wird in der Diskussion um die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter und der ethischen Verantwortung der Journalisten Stellung genommen. Der Bericht ist der Bundesregierung inhaltlich erst im Juni 1994 bekanntgeworden. Eine Bewertung seiner Ergebnisse war im Medienbericht 1994 nicht mehr möglich.

5.1 Gewaltdarstellungen in öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkprogrammen

Wissenschaftler haben im Rahmen von quantitativen und qualitativen Inhaltsanalysen den Anteil der Gewalt an den einzelnen Programmen untersucht.[86]) Nach einer 1993 veröffentlichten Studie[87]) waren in einer durchschnittlichen Programmwoche des Jahres 1991 insgesamt fast 500 Mordszenen mit einem oder mehreren Opfern in den Programmen von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Tele 5/DSF und PRO 7 zu sehen.

Gewalthaltige Szenen sind nicht ausschließlich in Spielfilmen und Serien enthalten. 10 % entfallen auf Nachrichten(reportagen), die über authentische Gewalt im Handlungskontext von Kriminalität, Verbrechen, Krieg und Terrorismus informieren.

Nach einer jüngst veröffentlichten Studie zu „Gewaltdarstellungen im Informationsangebot und Reality-TV"[88]) weist das ZDF in der Programmschiene von 17.00 bis 23.00 Uhr mit 2176 Minuten den höchsten Anteil an Sendungen der Programmkategorie „Information/Reality" auf. An zweiter Stelle rangiert die ARD mit 1649 Minuten, gefolgt von RTL mit 1110 und SAT.1 mit 759 Minuten. Hinsichtlich des Anteils gewalthaltiger Sequenzen in dieser Programmkategorie ergibt sich jedoch eine umgekehrte Reihenfolge: Hier liegt RTL mit einem Gewaltanteil von 195 Minuten (17,6 %) vorn. Es folgen SAT.1 mit 74 Minuten (9,3 %), ARD mit 112 Minuten (6,8 %) und das ZDF mit 134 Minuten (6,2 %) Gewaltdarstellungen. Nicht nur im Bereich „Information/Reality", sondern tendenziell in allen Programmkategorien unterscheiden sich die beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von RTL und SAT.1 sowohl in der Themenselektion als auch in der Relevanzebene der Gewalt: Während die Gewaltinhalte in den Programmen von ARD und ZDF einen stärkeren Bezug zu realen politischen Konflikten und gesellschaftlichen Problembereichen aufweisen, ist bei den Gewaltdarstellungen der genannten Privatanbieter ein engerer Zusammenhang zum privaten Alltag, zu Kriminalität und zu Unfällen/Katastrophen zu beobachten.[89])

5.2 Gewaltkommission der Bundesregierung

Die Unabhängige Regierungskommission zur Verhinderung und Bekämpfung von Gewalt (sog. Gewaltkommission) fordert in ihrem 1990 vorgelegten Gutachten[90]), die Gewaltdarstellung im Fernsehen und in Videofilmen drastisch einzuschränken und Gewalttätern kein Forum zur Selbstdarstellung zu bieten. Diese Forderung wird für alle Bereiche gewaltrelevanter Mediendarstellung — für die Berichterstattung in den Nachrichten, für die Sportberichterstattung und für Unterhaltungssendungen — erhoben. Daneben hält die Kommission qualitative Veränderungen und Umschichtungen der Mediendarstellungen in den genannten Programmsegmenten für erforderlich.

Für den Videobereich fordert sie, daß die Anbieter von Videokassetten zumindest nach dem Muster der Freiwilligen Selbstkontrolle (FSK) effektiver als bisher vor allem Filme mit entwürdigenden Gewalttätigkeiten aus dem Angebot streichen. Eine derartige Freiwillige Videoselbstkontrolle (FVK) würde den Gefahren staatlicher Zensur zugleich besser vorbeugen, als dies mit behördlich verwalteten Eingriffsgesetzen möglich wäre. Im Hinblick auf den europäischen Binnenmarkt wird der Bundesregierung empfohlen, Initiativen für die Bildung einer entsprechenden europäischen Institution bei wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verbänden anzuregen und zu fördern.

5.3 Forschungsdiskussion zu den Auswirkungen medialer Gewaltdarstellungen

Zu der Frage der Wirkung medialer Gewaltdarstellungen hat sich in der Medienwirkungsforschung noch keine einheitliche Auffassung durchgesetzt.[91]) In der Vergangenheit — so Schätzungen — sind im Bereich der Wirkungsforschung rd. 5000 Studien entstanden.[92]) Wenngleich die Wirkungsstudien auf un-

---

der Sendung „Notruf" (RTL) untersucht („Medien, Simulation und Wirklichkeit." Forschungsprojekt der DFG 1993). Demnach kann sich die Sendung „Notruf" auf die Phantasie der Zuschauer nachteilig auswirken. Die Rezipienten wehrten sich gegen eine Identifikation mit dem Opfer, sobald dessen Leiden zu bedrohlich erschienen.

[85]) Jo Groebel/Wolfgang Hoffmann-Riem/Renate Köcher/u. a.: Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland Richard von Weizsäcker. Unveröffentlichtes Manuskript. (Februar) 1994.

[86]) Siehe u. a. Jo Groebel/Uli Gleich: Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms. Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen. Opladen 1993; Udo Michael Krüger: Gewaltdarstellungen im Informationsangebot und Reality-TV. Studie im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission. Kurzfassung in: Media Perspektiven, Heft 2/94, S. 72—85; Klaus Merten: Darstellung von Gewalt im Fernsehen. Studie im Auftrag von RTL. (Comdat-Institut) Münster 1993.

[87]) Groebel/Gleich, Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms.

[88]) Krüger, Gewaltdarstellungen im Informationsangebot und Reality-TV.

[89]) Weitere Forschungsprojekte sind geplant zu den Themenbereichen „Gewalt in Kindersendungen" und „Gewalt in Fictionprogrammen"; vgl. hierzu die Presseerklärung der ARD/ZDF-Medienkommission vom 25. Januar 1994.

[90]) Eine kurze Zusammenfassung der themenrelevanten Ergebnisse des Gutachtens enthält Kapitel E.II.4.5.

terschiedlichen theoretischen Modellen basieren, wird von (kommunikations-)wissenschaftlicher Seite jedoch mehrheitlich folgende These vertreten: die Rezeption von Gewaltdarstellungen kann zu einer unmittelbaren Gewalthandlung führen oder in einer Weise persönlichkeits- und einstellungsbildend oder -verändernd wirken, daß gewalttätiges Handeln wahrscheinlicher wird.[93])

Es ist fraglich, ob sich wegen der Vielzahl der individuell-charakterlichen, sozialen und rezeptionssituativen Bedingungsfaktoren jemals der unbestrittene Nachweis einer negativen Wirkung von Gewaltdarstellungen erbringen läßt. Die Gefahr eines schädlichen Einflusses insbesondere auf die sehr sensible Altersgruppe der Kinder und Jugendlichen läßt sich jedoch aufgrund der vorhandenen Erkenntnisse nicht ausschließen.[94]) Dies gilt insbesondere für Sendungen, in denen Gewalt als Mittel der Problemlösung propagiert oder akzeptiert wird. Bei Minderjährigen, die in einem instabilen familiären und sozialen Umfeld aufwachsen, beeinträchtigt — so vermutet man — der Konsum von Gewaltdarstellungen die psychische Entwicklung und das Sozialverhalten.[95])

Kinder und Jugendliche dürfen mit ihren Fernseherlebnissen nicht allein gelassen werden. Eltern müssen in Ausübung ihrer Erziehungverantwortung und Vorbildfunktion dafür Sorge tragen, daß ihre Kinder keine Filme konsumieren, deren Bewältigung ihre altersgemäßen Fähigkeiten übersteigt. Das Kindersicherungssignal, das mit der bevorstehenden Änderung des Rundfunkstaatsvertrages eingeführt werden soll, wird Eltern in diesem Zusammenhang Orientierungshilfe bieten. Kindergärten und Schulen sollten durch die Analyse von Medieninhalten und in praktischen Kursen an einen selbstbestimmten und -verantwortlichen Umgang mit den Medien heranführen.

[91]) Einen Überblick über die in diesem Zusammenhang entstandenen Arbeiten liefert u.a. die im Auftrag des Bundesministeriums für Forschung und Technologie erstellte Dokumentation von Gerhard Schönefeld: Gewalt in der Gesellschaft — zum Stand der Sozialwissenschaftlichen Forschung seit 1985. Informationszentrum Sozialwissenschaften der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. Bonn 1993.

[92]) Zu den verschiedenen Theoriemodellen der Wirkungsforschung siehe Michael Kunczik: Gewalt im Fernsehen. Stand der Wirkungsforschung und neue Befunde. In: Media Perspektiven, Heft 3/93, S. 98—107. Siehe auch Hans Dieter Schwind/Jürgen Baumann/Friedrich Lösel/ u.a. (Hrsg.): Ursachen, Prävention und Kontrolle von Gewalt. Gutachten der Unabhängigen Regierungskommission zur Verhinderung und Bekämpfung von Gewalt. 4 Bde. Berlin 1990 und Roland Eckert: Normales und abweichendes Verhalten von Individuen und Gruppen am Beispiel Video. Gutachten im Auftrag des Bundesministerium des Inneren. Trier 1989; siehe dazu Kapitel E.II.4.5. des Medienberichts.

[93]) Kunczik, Gewalt im Fernsehen.

[94]) In einer Umfrage des B.A.T.-Freizeitforschungsinstituts (vom 10. Januar 1994) haben 13 % der befragten Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren selbst auf negative Wirkungen des Fernsehkonsums hingewiesen: Ihrer Ansicht nach macht andauerndes Fernsehen „wütend und aggressiv".

[95]) Kunczak, Gewalt im Fernsehen, S. 103 ff.

6 Ausblick

Technologische Innovationen im Bereich der Rundfunkübertragung lassen für die Zukunft sowohl eine weitere Ausweitung als auch eine erneute qualitative Veränderung des Medienangebots erwarten. Wenngleich fraglich ist, ob auch das für den Medienkonsum zur Verfügung stehende Zeitbudget weiter wachsen wird, ist bei einer fortgesetzten Erweiterung und Diversifizierung des audiovisuellen Medienangebots mit einer weiteren Aufsplitterung der Nutzungsmuster bzw. Nutzergruppen zu rechnen. Ungeachtet der für den Bestand einer demokratischen Gesellschaftsordnung grundlegenden Freiheit von Presse und Rundfunk ist dafür Sorge zu tragen, daß eine möglichst große publizistische Vielfalt gewährleistet wird, die den Bedürfnissen des Medienkonsumenten nach Information, Kultur, Bildung und Unterhaltung dient. Ebenso unverzichtbar ist die Fortführung der vielfältigen medienpädagogischen Initiativen und Aktivitäten, um den einzelnen an eine kreative und bedürfnisgerechte Mediennutzung heranzuführen und ihn vor schädlichen Auswirkungen zu bewahren.

II. Medienforschung der Bundesregierung

Wie bereits in den vorausgegangenen Medienberichten wird an dieser Stelle eine Übersicht über die Forschungsarbeiten gegeben, die die Bundesregierung zu Fragestellungen aus dem Medienbereich veranlaßt hat. Die Zahl der von der Bundesregierung in Auftrag gegebenen und abgeschlossenen Forschungsprojekte mit kommunikationswissenschaftlichem oder kommunikationspolitischem Bezug beläuft sich im Berichtszeitraum auf 49.

Medienpolitische und -wissenschaftliche Bedeutung kommt außerdem auch den „Wissenschaftlichen Gesprächen" zu, zu denen das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung erstmals 1980 und seit 1985 regelmäßig einmal im Jahr Medienwissenschaftler sowie Vertreter aus Medienpraxis und -politik einlädt. Ziel dieser Tagungen ist die vertiefte Auseinandersetzung mit der aktuellen Situation der Medien und die Erörterung entsprechender Schlußfolgerungen für den politischen Bereich.

Leitlinien und Kriterien der Vergabe der Forschungsaufträge entsprechen auch gegenwärtig noch den im ersten Medien(zwischen)bericht von 1970 formulierten Vorgaben. Ziel der Auftragsvergabe ist es, Antworten auf aktuelle medienpolitische oder medienwissenschaftliche Fragestellungen zu erhalten, zu denen noch keine oder nur unzureichende Kenntnisse vorliegen. Steuer- und Leitorgan für die kommunikationswissenschaftlichen Forschungsinitiativen der Bundesregierung ist seit nunmehr über 20 Jahren der Interministerielle Arbeitskreis für Kommunikationsforschung (IMA). In diesem Gremium werden die medienwissenschaftlichen Forschungsvorhaben der Ressorts der Bundesregierung von der Planung über die Auftragsvergabe, die Diskussion der Zwischenberichte, die Abnahme der endgültigen Gutachten bis hin zur Auswertung in Form kommunikationspo-

litischer Schlußfolgerungen betreut. Darüber hinaus diskutiert der IMA themenübergreifende Forschungsvorhaben und Gutachten, die in einzelnen Punkten einen Medienbezug aufweisen.

Die zwischen 1985 und 1994 von der Bundesregierung in Auftrag gegebenen und abgeschlossenen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsarbeiten sind thematisch weit gestreut. Ursache hierfür ist zum einen die Tatsache, daß der Entwicklungsprozeß, den im Medienbereich die Einführung der „Neuen Medien" und der dualen Rundfunkordnung in Gang gesetzt hat, noch nicht zum Stillstand gekommen ist. Zum anderen verleiht die ständige Fortentwicklung der IuK-Technologien dem Wandel der Kommunikations- und Medienstrukturen zusätzliche Dynamik. Darüber hinaus ergaben sich mit und infolge der Wiederherstellung der deutschen Einheit und des politisch-wirtschaftlichen Integrationsprozesses auf europäischer Ebene in allen Teilgebieten der Kommunikationswissenschaft neue Fragestellungen.

Bildete in den Vorjahren die Kommunikatorforschung einen Schwerpunkt der von der Bundesregierung in Auftrag gegebenen Untersuchungen, so behandeln die im Berichtszeitraum angefertigten Gutachten in der Mehrzahl Fragen der Medienwirkung, der Medieninhalte sowie des inter- und intramediären Wettbewerbs. Ein besonderer Stellenwert kam der Analyse der sozialen und individuellen Auswirkungen des infolge der Einführung der dualen Rundfunkordnung und neuer Kommunikationstechniken erweiterten Medienangebots zu, insbesondere auch der Frage des möglichen Einflusses gewalthaltiger Medieninhalte.

Verglichen mit dem in den früheren Medienberichten behandelten Zeitraum ist die Zahl der zwischen 1985 und 1994 in Auftrag gegebenen Projekte zurückgegangen. Damit tritt noch stärker als in der Vergangenheit der subsidiäre Charakter der von der Bundesregierung erteilten Forschungsaufträge gegenüber der von der Kommunikations- und Publizistikwissenschaft initiierten und realisierten Forschung zutage. Auch in Zukunft wird die Bundesregierung im Rahmen ihrer Möglichkeiten daran mitwirken, daß zentrale und unzureichend erforschte Fragestellungen aus dem Bereich der Massenkommunikation sachgerecht und wissenschaftlich fundiert untersucht werden.

Die folgende Übersicht stellt die Ergebnisse der vom IMA betreuten und erörterten Gutachten und der Wissenschaftlichen Gespräche nach Forschungsschwerpunkten gegliedert vor. In Anlehnung an die nichtsystematische, sondern am Kriterium der Aktualität und der medienpolitischen Relevanz orientierten Praxis der Auftragsvergabe erfolgt die Vorstellung der Gutachten innerhalb der Themengebiete nach unterschiedlichen Einzelpunkten (Medium/Medieninhalt/Kommunikationsräume/Rezipientengruppen). Alle hier vorgestellten Arbeiten sind in ihrem jeweiligen konkreten zeitlichen Entstehungskontext und als wissenschaftliche Gutachten zu betrachten, die Befunde und darauf aufbauende Schlußfolgerungen der Auftragnehmer, nicht des Auftraggebers enthalten.

1 Kommunikatorforschung

1.1 Allgemeine Fragestellungen

Seit über 20 Jahren werden im Rahmen der Kommunikatorforschung wissenschaftliche Fragestellungen zur sozioökonomischen Situation, zum beruflichen Selbst- und Rollenverständnis und zu den Bedingungen und Faktoren des journalistischen Arbeitens behandelt. Eine umfassende Übersicht über die zahlreichen bis heute entstandenen Arbeiten im Bereich der Kommunikatorforschung bietet die Dokumentation *„Journalismus als Beruf"*[96]). Insgesamt 716 Titel (366 größere Studien, die auf überregionalen oder repräsentativen Erhebungen basieren, 350 kleinere Arbeiten wie Pilotstudien, Fallstudien und Sekundäranalysen) werden chronologisch und mit Angaben zu Methodologie, theoretischem Ansatz, Untersuchungsgegenstand und Ergebnissen aufgeführt. Kommunikationswissenschaft und Medienpraxis ist mit dieser Dokumentation die Möglichkeit gegeben, sich über bereits vorliegende Analysen aus dem Bereich der Kommunikatorforschung zu informieren.

Im Mittelpunkt des 1993 veranstalteten Elften Wissenschaftlichen Gesprächs stand die Situation der *„Journalisten in Deutschland"*[97]). Veränderungen der journalistischen Arbeitsbedingungen und -weise vor dem Hintergrund des strukturellen Wandels der Medienlandschaft wurden ebenso diskutiert wie Fragen der Ausbildung sowie der beruflichen und sozialen Situation der Journalisten in den neuen Bundesländern.

1.2 Einzelne Kommunikatorgruppen

Die Medien sind zur Erfüllung ihrer Informationsaufgaben auf die Öffentlichkeitsarbeit der am gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Leben beteiligten Institutionen, Organisationen und Verbände angewiesen. Da für Öffentlichkeitsarbeit auch journalistische Fähigkeiten erforderlich sind, eröffnet sich hier neben dem Mediensektor ein weiterer Arbeitsmarkt für Journalisten. Mit dem zwischen 1986 und 1991 realisierten dreistufigen Projekt *„Pressestellen als journalistisches Tätigkeitsfeld und journalistischer Arbeitsmarkt"*[98]) wurden die personellen und institutionellen Strukturen der Pressearbeit gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Einrichtungen erstmals umfassend empirisch untersucht. Als wesentliches Ergebnis der Studie ist u. a. zu nennen, daß die Zahl der Pressestellen in Wirtschaftsunternehmen zwischen 1975 und 1985 um das Doppelte gestiegen ist. Der für Pressearbeit zur Verfügung ste-

[96]) Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Projektleitung: Dr. Frank Böckelmann. Bericht vom Juli 1992; Umfang: VI, 846 Seiten + nichtpaginierter Anhang.

[97]) Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Veröffentlichung der Referate und Diskussionsprotokolle in: Walter A. Mahle (Hrsg.): Journalisten in Deutschland. AKM-Studien Band 39. München 1993; Umfang: 259 Seiten.

hende Etat ist bei einer gegenüber dem vorangegangenen Jahrzehnt gestiegenen Zahl von Unternehmen gewachsen. Viele Firmen leisten zwar Pressearbeit (Kontakte mit Medien, Presseauswertung), in 60 % der Unternehmen nimmt diese Aufgabe jedoch ein hauptberuflich in einem anderen Bereich tätiger Mitarbeiter wahr. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Organisationen, von denen zwar 87 % Pressearbeit leisten, 61 % aber die Pflege der Medienkontakte dem Aufgabenbereich der Geschäftsführung und des Vorstandes zugeordnet haben. 74 % der öffentlichen Institutionen (Legislativ-, Exekutiv- und Judikativorgane auf Kommunal-, Länder- und Bundesebene) verfügen über eine gesonderte Verwaltungseinheit zur Erfüllung von Aufgaben im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In allen drei Bereichen — Wirtschaft/öffentliche Institutionen/Organisationen in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur — verstehen sich die Pressestellenleiter mehrheitlich als „Mittler zwischen Unternehmen/Verband/Institution und Öffentlichkeit".

Die von der Bundesregierung geförderte Einführung der dualen Rundfunkordnung gab den Anstoß, die dadurch ausgelöste Veränderung des journalistischen Arbeitsmarktes untersuchen zu lassen. Mit der Studie *„Journalistische Mitarbeiter privater Rundfunkveranstalter"*[99]) liegen erstmals Daten zur Anzahl, Ausbildung und beruflichen Herkunft und zu den Arbeitsbedingungen der im Privatfunk tätigen Kommunikatoren vor. Für das Jahr 1988 konnte eine Zahl von 2000 journalistischen Mitarbeitern (736 „Feste" und 1197 „Freie") ermittelt werden. Damals war etwa ein Drittel der in privaten Hörfunk- und Fernsehsendern tätigen Journalisten weiblich, über 50 % waren zwischen 20 und 30 Jahre alt. Die Mehrheit der beim Privatfunk tätigen Journalisten verfügte über eine praktische Berufsausbildung bzw. ein Studium. 25 % hatten die Volontärslaufbahn abgeschlossen, mehr als die Hälfte (54 %) arbeitete vor der Anstellung bei dem Privatfunkveranstalter bereits in einer Presse- oder Rundfunkredaktion. Die Privatfunkmitarbeiter charakterisiert das Gutachten als engagierte und hochmotivierte „Allroundmen".

Zwischen dem Informationsverhalten von Politikern und Journalisten auf der einen sowie der politischen Entscheidungsbildung bzw. dem Inhalt und der Struktur der publizistischen Berichterstattung auf der anderen Seite ist ein Zusammenhang zu vermuten. Die 1990 vorgelegte Studie *„Bausteine eines Informationsnetzwerkes: zum Informationsverhalten von Politikern und Journalisten bei Wirtschaftsthemen"*[100]) untersucht die Medienrezeption von Wirtschaftsexperten in den Parlamenten, in Presse und Rundfunk. Dem Befund der Untersuchung zufolge besteht bei beiden Gruppen eine deutliche Präferenz für die Pressemedien. Während die überregionalen Tages- und Wochenblätter zur ständigen Lektüre sowohl von Politikern als auch von Journalisten gehören, bestehen unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich fachspezifischer Informationen: Wirtschaftsjournalisten rezipieren doppelt so viele Fachmedien wie die Wirtschaftsexperten in Bundestag und Länderparlamenten. Diese sind dagegen stärker an den Veröffentlichungen von Interessengruppen und Verbänden interessiert. Das Verhalten der zwei Gruppen zueinander ist weitgehend unabhängig von Einflußgrößen wie Medien- und Parteizugehörigkeit, Selbst- und Fremdbild.

Aufgrund der hohen gesellschaftlichen Verantwortung, die Journalisten in Ausübung ihres Berufes besitzen, kommt dieser Berufsgruppe besondere medienpolitische Aufmerksamkeit zu. Einen Überblick über die soziodemographische Zusammensetzung und das berufliche Selbstverständnis der Journalisten in den alten Bundesländern liefert die Untersuchung *„Struktur und Einstellung westdeutscher Journalisten"*[101]). Danach sind die Journalisten im früheren Bundesgebiet überwiegend jung, männlichen Geschlechts, gut ausgebildet, gewerkschaftlich organisiert, mit ihrer beruflichen Tätigkeit zufrieden und beziehen ein verhältnismäßig hohes Nettoeinkommen. Zum traditionellen Berufsethos des „Wächters der Demokratie" sind neue Leitlinien hinzugetreten: das Selbstverständnis als Sprachrohr der Bevölkerung und die Unterhaltungsfunktion. Die Bereitschaft, sich ungewöhnlicher Recherchemethoden zu bedienen, hat zugenommen. Mit dem Generationswechsel unter den Journalisten setzt sich in der Bundesrepublik Deutschland eine Entwicklung durch, die in den Vereinigten Staaten von Amerika zu Beginn der achtziger Jahre zu beobachten war.

Der Wandel des Mediensystems vor dem Hintergrund des politischen Umbruchs in der DDR warf die Frage auf, wie die dort tätigen Journalisten auf die neuen beruflichen Herausforderungen reagieren. Die 1992/1993 vorgenommene *„Sozialenquête über die Journalisten in den neuen Ländern der Bundesrepublik Deutschland"*[102]) liefert erste Erkenntnisse

[98]) Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Projektleitung: Dr. Frank Böckelmann. Teil I (Pressestellen der Wirtschaft): Bericht vom August 1986; Umfang: XIII, 129 Seiten + nichtpaginierter Anhang; Teil II (Die Pressearbeit der Organisation): Bericht vom Dezember 1987; Umfang: XXIII, 159 Seiten + nichtpaginierter Anhang; Teil III (Pressestellen der öffentlichen Hand): Bericht vom April 1990; Umfang: XXIV, 193 Seiten + nichtpaginierter Anhang.

[99]) Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM); Projektleitung: Brigitte Milkau. Bericht vom Dezember 1989; Umfang: XII, 101 Seiten + nichtpaginierter Anhang.

[100]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Beate Schneider/Prof. Dr. Klaus Schönbach, Hannover. Bericht vom Januar 1990; Umfang: IV, 106 Seiten.

[101]) Auftragnehmer: Forschungsgruppe „Medien, Programm, Publikum" am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater, Hannover; Projektleitung: Prof. Dr. Beate Schneider/Prof. Dr. Klaus Schönbach. Bericht vom Juli 1993; Umfang: 94 Seiten.

[102]) Auftragnehmer Teilprojekt I (Arbeitslosigkeit und Berufswechsel): Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München. Bericht vom Oktober 1993; Umfang: XV + 131 Seiten. Auftragnehmer Teilprojekt II (Ergebnisse einer Repräsentativbefragung: Struktur, soziale Lage und Einstellungen von Journalisten in den neuen Bundesländern der Bundesrepublik Deutschland): Prof. Dr. Beate Schneider/Prof. Dr. Klaus Schön-

über den journalistischen Arbeitsmarkt und den Aus- und Fortbildungsbedarf in den neuen Bundesländern, die sozioökonomische Lage sowie das Berufs- und Selbstverständnis der Journalisten in den neuen Bundesländern. Demnach lebten 1992/93 mehr Journalisten auf dem Gebiet der ehemaligen DDR als im Jahr 1989. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Journalisten betrug im Spätsommer/Frühherbst 1992 etwa 6 800. Der Anteil arbeitslos gemeldeter Journalisten lag im genannten Zeitraum deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt der Arbeitslosen in den neuen Bundesländern. Sowohl in den Rundfunk- als auch in Zeitungsredaktionen arbeiten überwiegend Journalisten, die bereits vor 1989 in dem Gebiet der ehemaligen DDR lebten. Die Mehrheit der Redakteure erklärt sich mit der persönlichen Lebenssituation und beruflichen Lage zufrieden und hat ein advokatorisch-erzieherisches Berufsverständnis. Aus der Sicht der Unternehmens- bzw. Redaktionsleitungen besteht auf seiten der Journalisten aus den neuen Ländern Bedarf an weiterer fachlicher Qualifizierung. Defizite in Leistung und Qualifikation hätten bisher nur ansatzweise durch Fortbildungsmaßnahmen behoben werden können.

2 Medieninhalte

2.1 Wissenschaft und Technik in den Medien

In modernen Industriestaaten ist es von Bedeutung zu erfahren, welchen Stellenwert Wissenschaft und Technik als zwei wesentliche Grundpfeiler der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und des Lebensstandards in der Öffentlichkeit genießen. Diese Problemstellung war im Berichtszeitraum Gegenstand zweier wissenschaftlicher Forschungsprojekte der Bundesregierung:

Die unter dem Titel *„Zum Stellenwert des Wissenschaftsjournalismus in den Redaktionen aktueller Massenmedien"*[103]) 1986 vorgenommene Bestandsaufnahme weist für die Mitte der achtziger Jahre nach, daß der Wissenschaftsjournalismus in den Medien nach wie vor nur eine Randposition einnimmt. Die organisatorischen Voraussetzungen zur Institutionalisierung des Themenbereiches — spezialisierte redaktionelle Bearbeiter, Ermittlungs- und Vermittlungskapazitäten, eigene Publikationsplätze — sind erst bei einem Teil von Presse und Rundfunk gegeben. Insgesamt gesehen haben die Massenmedien aus der Sicht des Gutachters auf die gesamtgesellschaftliche Entwicklung zur wissenschaftlich-technischen Zivilisation verspätet und in der Mehrzahl unzulänglich reagiert. Im Gegensatz zu den Vertretern der Presse schätzen die Programmverantwortlichen im Funkmedienbereich die Zukunft des Wissenschaftsjournalismus eher negativ ein.

Mit der Untersuchung *„Künstliche Horizonte — Die Darstellung der Technik in der Presse und ihr Einfluß auf die Ansichten in der Bevölkerung 1965—1986"*[104]) wurde 1988 eine inhaltsanalytische Langzeitstudie vorgelegt. Während die untersuchten Pressemedien — vier überregionale Tageszeitungen, drei Wochenblätter — in den sechziger Jahren vor allem die Zweckbestimmung und den Nutzen von Technik betonten, stellten sie in den achtziger Jahren vor allem die Begleiterscheinungen und den tatsächlichen bzw. möglichen Schaden in den Mittelpunkt der Berichterstattung. Die publizistische Technikeuphorie der sechziger Jahre wandelte sich in der Folgezeit zu einer technikkritischen Haltung. Tatsächliche Realität und Medienwirklichkeit sind nicht identisch. Die Intensität, mit der Massenmedien innerhalb eines bestimmten Zeitraumes Schäden darstellen, sagt wenig über die tatsächliche Entwicklung dieser Schäden aus.

2.2 Politische Information im Fernsehen

Mit der Einführung der dualen Rundfunkordnung stellte sich die unter gesellschaftlich-politischen Aspekten wichtige Frage, inwiefern sich bei einer Erweiterung des Medienangebots auch das Angebot an politischer Information und Berichterstattung ändert. In diesem Zusammenhang entstanden zwischen 1985 und 1994 zwei Gutachten:

Im Rahmen der 1986 angefertigten Expertise *„Fernsehnachrichten im Vergleich"*[105]) wurden Ausmaß und Form der Berichterstattung über die Politik der Bundesregierung, über die Bundestagsfraktionen, über Parteien sowie über die Wirtschaft und deren Verbände in öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen untersucht. Eine für die damalige Frühphase des dualen Rundfunksystems wichtige Feststellung lautete: „Tagesschau" (ARD) und „Heute" (ZDF) widmeten mehr als Dreiviertel ihrer Sendezeit politischen Themen. In den analysierten Sendungen von Privatveranstaltern, „APF Blick" (SAT.1) und „7 vor 7" (RTL), nahm die politische Berichterstattung 58 % bzw. 38 % der Sendezeit ein. Die Bundesregierung war der am meisten beachtete Berichtsgegenstand. Bundestag und Parteien fanden in den Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten häufiger Berücksichtigung als in den Vergleichssendungen der Privatprogramme.

Das Gutachten *„Informationssendungen im Vergleich: Programmangebote im ersten Quartal 1987"*[106]) wies für den Untersuchungszeitraum einen generellen Anstieg des Informationsangebots und

---

bach/Dipl.-Pol., Dipl.-Journ. Dieter Stürzebecher, Hannover. Bericht vom Oktober 1993; Umfang: 231 Seiten. Auftragnehmer Teilprojekt III (Medien und Journalismus im Umbruch. Konzepte und Erfahrungen von Medienunternehmen, Verbänden und Redakteuren in den neuen Bundesländern): Prof. Dr. Claudia Mast/Dipl.-Journ. Matthias Weigert, M. A./Dipl.-Ing. Klaus Haasis, Stuttgart. Bericht vom Oktober 1993; Umfang: 296 Seiten.

[103]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Walter Hömberg, Eichstätt. Bericht vom Mai 1986; Umfang: VIII, 198 Seiten.

[104]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger, Mainz. Bericht vom Juli 1988; Umfang: 449 Seiten + paginierter Anhang.

[105]) Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München. Bericht vom Juli 1986; Umfang: 100 Seiten.

zugleich qualitative und quantitative Unterschiede zwischen den öffentlich- und den privatrechtlichen Fernsehsendern nach. Insbesondere das Angebot „weicher Informationssendungen" mit Bezug auf kulturelle, alltagsnahe und lebenspraktische Sachgebiete war deutlich größer als noch vor der Dualisierung der Rundfunkordnung. So machten bei der ARD im genannten Zeitraum die politischen Informationssendungen den größten Anteil des Informationsangebotes aus, während das ZDF das Schwergewicht auf Sendungen zu kulturellen und anderen Themen legte. Das im Untersuchungszeitraum insgesamt kleinere Informationsangebot der Privatprogramme erstreckte sich auf Themen der populären Kultur und des alltagsbezogenen Lebens. Nach Ansicht des Gutachters wachsen die Zugangs- und Repräsentationschancen nichtpolitischer Akteure. Des weiteren wies er darauf hin, durch die Plazierung der „privaten" Informationssendungen in das Vor- und Spätabendprogramm bestünde die Möglichkeit, daß unterhaltungsorientierte Zuschauer den zumeist im Hauptabendprogramm ausgestrahlten Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausweichen.

2.3 Sport in den Medien

Um Aufschluß über die weitere Entwicklung der Sportberichterstattung unter den Bedingungen der dualen Rundfunkordnung zu erhalten, wurde die Studie *„Neue Medien, Rundfunk und Sport"*[107]) in Auftrag gegeben. Im 1987 vorgelegten Bericht wird die Hypothese aufgestellt, daß sich die bereits existierende Dominanz einiger weniger Sportarten im Gesamtprogramm der Medien durch die Einführung und künftige Entwicklung des dualen Rundfunksystems verstärken könnte. Bei einer Zunahme der Anbieter- und der Angebotskonkurrenz sei eine Beschränkung der Sportberichterstattung auf die Darstellung attraktiver Ereignisse und Sportarten sowie eine fernsehgerechte Anpassung des Dargestellten zu erwarten. Im Gutachten werden die Sportverbände aufgefordert, an der Umsetzung der Programmaufträge mitzuwirken und somit ein breites Angebotsspektrum von Sportsendungen zu garantieren.

Ausgangspunkt und Grundlage der 1986 abgeschlossenen Analyse *„Darstellung von Gewalt im Sport in den Medien und ihre Auswirkungen"*[108]) war das Phänomen der Aggression und Gewalt, das bei Sportlern und Zuschauern gegen Ende der siebziger und zu Anfang der achtziger Jahre zu beobachten war. Die Gutachter kommen zu dem Ergebnis, im Hinblick auf die Medien als Meinungsführer und Multiplikatoren von Einstellungen und Verhaltensweisen sei eine intensivere Grundlagenforschung über Entstehen und Verbreiten der Gewalt sowie deren Wirkung in den Medien erforderlich. In dem Gutachten werden die Medien aufgefordert, sich mit den Ursachen von Gewalt und Unfairneß kritisch auseinanderzusetzen und sich der eventuellen negativen Vorbildwirkung durch gewaltorientierte Berichterstattung bewußt zu werden. Presse und Rundfunk sollten auch über die Fan-Szene berichten und gemeinsam mit allen an Sportveranstaltungen beteiligten Gruppen Probleme und deren mögliche Lösungen diskutieren.

2.4 Sonstige Einzelthemen

Gegenstand des Forschungsprojektes *„ARTE: eine Programmanalyse"*[109]) waren die inhaltliche Struktur und die anvisierte Zielgruppe des deutsch-französischen Kulturkanals vier Wochen nach Programmstart. Die Untersuchung hat zum Ergebnis, daß der erste multinational organisierte Sender dem Auftrag, Fernsehsendungen kulturellen und internationalen Charakters auszustrahlen, schon in der Startphase gerecht wird: 40 % des Programms bestehen aus Sendungen der Kategorie „Information/Bildung/Alltagskultur", jeweils 23 % sind den Sparten „Hochkultur" und „Fiction" zuzuordnen. Bei der Auswahl von Spielfilmen werden vor allem junge oder außerhalb Europas bekannte Regisseure berücksichtigt. Ein außergewöhnliches Programmsegment sind die sog. Themenabende, die in unterschiedlichen Darstellungs- und Vermittlungsformen eine vertiefte Auseinandersetzung mit einem Thema anbieten.

Anzeigen in Presseorganen des In- und Auslands zu schalten gehört zu den klassischen Instrumentarien staatlicher Öffentlichkeitsarbeit. Die *„Inhaltsanalyse staatlicher PR-Anzeigen in ausgewählten bundesdeutschen Printmedien zwischen 1987 und 1989"*[110]) liefert erstmals wissenschaftliche Ergebnisse zu Häufigkeit, formaler Gestaltung und Inhalt von Anzeigen ausländischer Staaten in deutschen Zeitungen und Zeitschriften. Demnach ist das Quantum staatlicher Anzeigen bzw. Annoncen, die konkrete Aussagen über einzelne Staaten enthalten, im Vergleich zur Zahl der Wirtschafts- und Markenartikelanzeigen gering. Die Mehrheit der untersuchten Anzeigen wurde von Staaten plaziert, die eine besonders große geographische, wirtschaftliche oder kulturelle Nähe

---

[106]) Auftragnehmer: Dr. Udo Michael Krüger, Köln. Bericht vom Dezember 1987; Umfang: 147 Seiten + nichtpaginiertes Literaturverzeichnis und Tabellenanhang.

[107]) Auftragnehmer: Prognos-AG, Basel. Projektleitung: Michael Witte. Bericht vom Februar 1987; Umfang: VIII, 435 Seiten.

[108]) Auftragnehmer: Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Köln; Projektleitung: Erwin Hahn/Gunter Pilz/u.a. Bericht von 1986; Umfang: 43 Seiten + paginierter Anhang.

[109]) Auftragnehmer: Forschungsgruppe „Medien, Programm, Publikum" am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater, Hannover; Projektleitung: Prof. Dr. Beate Schneider. Bericht vom Dezember 1992; Umfang: 99 Seiten + mehrteiliger, teilpaginierter Anhang (Programmtagebuch, deutsch-französischer Vertrag zum Europäischen Kulturkanal, Gesellschaftsvertrag ARTE Deutschland vom 13. März 1991, Gründungsvertrag ARTE vom 30. April 1991, Organisationsschema ARTE G.E.I.E., Besetzung einzelner Gremien von ARTE G.E.I.E. sowie von ARTE Deutschland).

[110]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Michael Kunczik/Uwe Weber, Institut für Publizistik, Mainz. Bericht vom Februar 1991; Umfang: 78 Seiten.

zur Bundesrepublik Deutschland aufweisen. Inhaltlich sind die meisten Annoncen dem Tourismus zuzuordnen, an zweiter Stelle folgt der Wirtschaftssektor. Die Darstellung der Politik spielt demgegenüber eine untergeordnete Rolle.

3 Medienangebot und Medienstruktur

3.1 Pressemarkt in den alten Bundesländern

Für die Bewertung der wirtschaftlichen Lage der Tagespresse ist die Entwicklung des Text-Anzeigenverhältnisses von erheblicher Bedeutung. Die 1986 abgeschlossene Langzeituntersuchung *„Umfangsentwicklung deutscher Abonnements-Tageszeitungen"*[111]) stellt für den Zeitraum 1965 bis 1984 fest, daß sowohl der Anzeigen- als auch der redaktionelle Teil der Tageszeitungen an Umfang gewonnen haben. Der Gesamtumfang erhöhte sich demnach in der genannten Zeit durchschnittlich um 55,4 %, die höchste Zuwachsrate erzielte der Anzeigenteil mit durchschnittlich 73 %. Das Verhältnis von Text und Inseraten pro Zeitung betrug für das Jahr 1984 58:42 und belegt damit eine deutliche Verschiebung zugunsten des Anzeigenteils (1965: 62:38).

Die Frage, ob Anzeigenblätter einen Beitrag zur Pressevielfalt leisten, wurde bereits im Vorbericht aufgegriffen, ließ sich aber nicht beantworten. Deshalb gab die Bundesregierung 1986 ein Forschungsprojekt zur *„Entwicklung einer systematischen Angebotstypologie von Anzeigenblättern unter dem Gesichtspunkt ihres Beitrages zur Sicherung der Meinungsvielfalt"*[112]) in Auftrag. Es weist nach, daß der strukturelle Kompensationseffekt der Anzeigenblätter im Zuge der Pressekonzentration nur marginal greift, da Anzeigenblätter vor allem in Zeitungswettbewerbsgebieten verbreitet sind. In Ein-Zeitungs-Kreisen dagegen stoßen sie auf erhebliche operative Zutrittsbarrieren. Die kostenlos verteilten Blätter fungieren als strategisches Element marktführender Zeitungshäuser, indem sie kostengünstiger als die Produktform Tageszeitung zur Verdichtung sublokaler und lokaler Leser- und Werbemärkte beitragen.

Die Massenmedien, vor allem die Zeitung, haben in vergangenen Jahrzehnten in dem vergleichsweise traditionell geprägten System urbaner Öffentlichkeit erheblich an Bedeutung gewonnen. Damit stellt sich die Frage, wie sich das dem einzelnen zur Verfügung stehende Angebot an lokalen Informationen verändert hat. Das auf den Vier-Zeitungs-Kreis Villingen-Schwenningen bezogene Gutachten *„Medienvielfalt und kommunale Öffentlichkeit"*[113]) von 1989 stellt fest: die Medien im lokalen Raum dienen vorrangig der Artikulation gemeinschaftlicher Bindungen und Motive. Der größte Teil der bei den Zeitungsredaktionen eingehenden Informationen stammt von Freizeit- und Sportvereinen, die Recherche ist bei der Informationsbeschaffung weniger wichtig. 47,7 % der Nachrichten behandeln Themen aus dem Freizeitbereich, die Lokalpolitik deckt 15,8 % des redaktionellen Teiles ab. Nachrichtenselektion und -output sind abhängig vom Selbstverständnis des Blattes, vom Informanten, von Anlaß und Thema. Der hohe Anteil exklusiver Nachrichten (50,1 %) bestätigt die These einer erhöhten Angebotsvielfalt bei Konkurrenz mehrerer Lokalzeitungen.

Die Einführung des privatwirtschaftlichen Rundfunks in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre hat den bisherigen Monopolanbieter im örtlichen Informationssektor, die Lokalpresse, dort in eine neugeartete Wettbewerbssituation versetzt, wo auch lokaler Hörfunk angeboten wird. Dies warf die Frage auf, inwiefern sich das lokale Informationsangebot unter den neuen strukturellen Bedingungen verändert. Die im Kommunikationsraum Baden-Württemberg 1990/91 durchgeführte Untersuchung *„Berichterstattung aus der Nahwelt des Bürgers: Was leisten Hörfunk und Zeitung?"*[114]) hat zum Ergebnis, daß Lokalfunk und Zeitung in Profil, Redaktionsorganisation sowie lokaler und regionaler Nähe differieren. Die Lokalzeitungen greifen bunte Themen, Serviceleistungen, Kultur und Bildung in breiterer Form auf und bearbeiten sie, in den Lokalradios dagegen ist der Anteil von Beiträgen zu Themen aus Politik, Wirtschaft, Umwelt und Soziales größer. Erste Reaktionen von seiten der Tageszeitungen auf die neue Situation bestanden in redaktionellen Veränderungen, z. B. in Bemühungen um verstärkte Aktualität und ein größeres Angebot an Hintergrundinformationen.

3.2 Pressemarkt in den neuen Bundesländern

Mit dem politischen Umbruch vollzog sich auch in der Medienlandschaft der DDR ein tiefgreifender Wandel. Eine der wichtigsten Fragen bestand darin, wie sich die alten und die nach 1989 gegründeten Zeitungen unter den neuen wirtschaftlichen Bedingungen bewähren würden. Wie dem Gutachten *„Strukturen, Anpassungsprobleme und Entwicklungschancen der Presse auf dem Gebiet der neuen Bundesländer (einschließlich des Gebiets des früheren Berlin-Ost)"*[115]) zu entnehmen ist, haben sich die Lesegewohnheiten und die Blattverbundenheit der Bevölkerung in den neuen Bundesländern nach 1989 nicht wesentlich verändert. Als Erklärung für die Lesertreue werden zum einen die auf spezifisch ost-

[111]) Auftragnehmer: Konrad H. Teckentrup, Gütersloh. Bericht vom Juli 1986; Umfang: XXXIII, 219 Seiten + paginierter Anhang.

[112]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Gerd Kopper, Dortmund. Bericht vom Mai 1988; Umfang: Teil I (Zusammenfassender Bericht): 235 Seiten + teilpaginierter Anhang; Teil II (Tabellenband): VII, 103 Seiten, Teil III (Registerband): 309 Seiten, Teil IV (Ergänzungsband — Materialien).

[113]) Auftragnehmer: Dr. Michael Haller/Dr. Thomas Mirbach, Hamburg. Bericht von 1989; Umfang: 183 Seiten.

[114]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Claudia Mast, Stuttgart-Hohenheim. Bericht vom April 1991; Umfang: 358 Seiten.

[115]) Auftragnehmer: Forschungsgruppe „Medien, Programm, Publikum" am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater, Hannover; Projektleitung: Prof. Dr. Beate Schneider. Bericht von Oktober 1991 und Februar 1992; Umfang: Band I: VII, 266 Seiten, Band II: VII, 202 Seiten + zwei Materialbände.

deutsche Interessen zugeschnittene Themenwahl, zum anderen die Wettbewerbsvorteile der ehemaligen SED-Bezirkszeitungen angeführt. Die führenden Zeitungen haben nach dem Befund in der Gutachter größere Verbreitungsgebiete und wesentlich höhere Auflagen als vergleichbare Pressetitel im alten Bundesgebiet. Die Gutachter resümieren, daß angesichts der Verschärfung der Wettbewerbsbedingungen eine Neuauflage der Pressekonzentrationsdebatte in Deutschland zu erwarten und ordnungspolitische Maßnahmen des Gesetzgebers notwendig seien. Die politische Integrationsfunktion der Presse kann nach Ansicht der Gutachter von den etablierten Zeitungen kaum oder nur schwer geleistet werden. Gründe dafür liegen u.a. in dem isolationistischen Charakter der Berichterstattung und in der geringen Nachfrage nach Westprodukten auf dem Zeitungsmarkt.

Die empirische Untersuchung *„Wettbewerb auf dem Zeitungsmarkt in den neuen Bundesländern"*[116]) schließt inhaltlich an das o.g. Gutachten an und untersucht die Situation der kleineren Zeitungsverlage. Demnach befinden sich die lokalen und regionalen Abonnementzeitungen vor allem deshalb in einer nachteiligen Wettbewerbsposition gegenüber den ehemaligen SED-Bezirkszeitungen mit hoher Auflage, weil diese von der Treuhandanstalt in unveränderter Betriebsstruktur verkauft wurden. Die hohe Pressekonzentration in den neuen Bundesländern ist nach Ansicht der Gutachter durch Maßnahmen zur Förderung des intramediären Wettbewerbs und der Chancengleichheit nicht mehr rückgängig zu machen.

3.3 Private Informationsdienste

Die Möglichkeiten der technischen Weiterentwicklung des Telekommunikationsnetzes hat die Frage aufgeworfen, welche Nutzungsmöglichkeiten und welcher Bedarf für fortgeschrittene Telekommunikationsdienste in Wirtschaft und Gesellschaft bestehen. Dies wurde in zwei Expertisen geprüft:

Ziel des Gutachtens *„Analyse des US-amerikanischen Marktes für Private Informationsdienste"*[117]) war die Projektion der spezifischen Situation in den USA auf den sich entwickelnden deutschen Markt für Private Informationsdienste (PID). Wie das Gutachten zeigt, hat sich in den USA ein vielfältiges Angebot entwickelt, wobei eine Trendverschiebung von der reinen Unterhaltung hin zur Ausweitung der Bereiche Information und geschäftliche Transaktion zu beobachten ist. Ein Markt für politische oder interessenbestimmte Information besteht nicht. Als eine zukünftige Gefahr wurde die mögliche Konzentration und Verdrängung von Anbietern gesehen.

Die Untersuchung *„Der deutsche Markt für private Informationsdienste (PID)"*[118]) beschäftigt sich mit der Stellung von PID im Gesamtmarkt elektronischer Unterhaltungs-/Informationstechniken und -angebote und beleuchtet die technischen, wirtschaftlichen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen. Im Ausbau des Angebots privater Informationsdienste deutet sich der gesellschaftliche Trend zu einer individuellen, durch die Verbreitung des Telefons nahezu orts- und zeitunabhängigen Abrufbarkeit von Informationen im Wege einer zielgruppenspezifischen Nutzungs- und Nachfragesegmentierung an.

4 Mediennutzung und Medienwirkung

4.1 Ausgewählte Fragen der Mediennutzung

Die seit einigen Jahren anhaltende qualitative wie quantitative Veränderung der Medienlandschaft hat der Frage nach den medialen Auswirkungen auf Minderjährige neues Gewicht gegeben. Informationen über die Medienausstattung und -nutzung von Kindern und Jugendlichen sind von großer Bedeutung, um eventuellen negativen Auswirkungen im Vorfeld begegnen zu können. Die im Dreijahreszeitraum 1986 bis 1989 vorgenommene Untersuchung *„Medienwelten Jugendlicher"*[119]) belegt den hohen Stellenwert, den allen voran die audiovisuellen Medien in der Freizeitgestaltung Jugendlicher besitzen. Jugendliche sind insbesondere an den innovativen Medientechnologien (Computer, Videorekorder, Btx) interessiert, was auf eine wechselseitige Unterstützung von Medienangebot und -nachfrage schließen läßt. Nach den Ergebnissen der Untersuchung kommt der Medienerziehung durch das Elternhaus trotz der erwiesenen elterlichen Vorbildfunktion nur eine untergeordnete Bedeutung zu. Außerfamiliäre Medienumgebungen (Kino und Diskothek) spielen mit zunehmendem Alter und fortschreitender Loslösung von der Familie eine Rolle. Nach Ansicht der Gutachter sind deswegen auch die Träger der (freien) Jugendarbeit aufgefordert, Medienerziehung zu leisten.

Da viele behinderte Kinder andere Sozialisationsbezüge haben als ihre nichtbehinderten Altersgenossen, ist die quantitative und qualitative Erforschung der Mediennutzung jener Gruppe besonders wichtig. Die 1988 vorgenommene Untersuchung *„Medienerziehung und Bildungsperspektiven von behinderten Kindern und Jugendlichen"*[120]) hatte Medienausstattung und -nutzung von 233 kognitiv oder motorisch Behinderten, Tauben und Blinden zwischen 6 und 21 Jahren zum Gegenstand. Nach dem Befund der Befragung verfügen Haushalte mit behinderten Kin-

[116]) Auftragnehmer: Forschungsgruppe „Medien, Programm, Publikum" am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater, Hannover; Projektleitung: Prof. Dr. Beate Schneider. Bericht vom März 1993; Umfang: III, 166 Seiten + teilpaginierter Anhang.

[117]) Auftragnehmer: Michael Kucharski, München. Bericht vom September 1991; Umfang: II, 101 Seiten + teilpaginierter Anhang.

[118]) Auftragnehmer: PD Dr. Dr. Petra E. Dorsch-Jungsberger, München. Bericht vom Januar 1992; Umfang: III, 154 Seiten.

[119]) Auftragnehmer: Prof. Dr. D. Baacke/Dr. Uwe Sander/Dr. Ralf Vollbrecht, Bielefeld. Bericht vom August 1989; Umfang: Band I: 259 Seiten, Band II: 123 Seiten.

[120]) Auftragnehmer: Socialdata, München; Projektleitung: Dipl.-Soz. Michaela Voltenauer-Lagemann. Bericht vom Juli 1988; Umfang: 125 Seiten.

dern und Jugendlichen über ein größeres Arsenal an Medien als Haushalte mit Kindern ohne Funktionsbeeinträchtigung. Behinderte nützen weniger unterschiedliche Medien, dafür fällt die Nutzung der ausgewählten Medien intensiver aus. Neben Fernsehen und Hörfunk werden gerne Tonkassetten genutzt. Fast die Hälfte der Befragten räumt dem Fernsehen den höchsten Stellenwert unter den Medien ein. Bei der TV-Nutzung spielen — mit Unterschieden hinsichtlich der Behinderung sowie des Geschlechts — kognitive, habituelle und emotionale Faktoren eine Rolle. Zu den Schlußfolgerungen des Gutachtens gehört u. a., den Zugang zum bestehenden Medienangebot für Behinderte zu verbessern und ihnen über entsprechende Medieninhalte mehr Hilfestellung für die individuelle wie soziale Identifikation zu vermitteln.

Den Auswirkungen von Arbeitslosigkeit auf den individuellen Medienkonsum geht die 1988 vorgelegte Studie *„Mediennutzung bei einkommensschwachen Personen und Haushalten"*[121]) nach. Arbeitslosenhaushalte, so das Gutachten, sind überdurchschnittlich mit elektronischen Medien ausgestattet; auf Printmedien, die bei jedem Neukauf Kosten verursachen, wird weitgehend verzichtet. Die Medien gewinnen vor allem in ihren affektiven, habituellen und eskapistischen Funktionen und Gratifikationsmöglichkeiten an Bedeutung. Nichterwerbstätige präferieren stärker als berufstätige Personen unterhaltende Medien (Video-/Tonkassetten und Illustrierte) sowie Medieninhalte mit Unterhaltungscharakter. Die werktägliche Nutzungsdauer von Fernsehen und Radio ist in Haushalten von Arbeitslosen signifikant länger als in Erwerbstätigenhaushalten.

In Anbetracht der Tatsache, daß wissenschaftlich fundierte Kenntnisse über die Lesebereitschaft der Bevölkerung gegen Ende der achtziger Jahre nicht vorlagen, hat die Bundesregierung 1989 das Gutachten *„Stand der Forschung zum Leseverhalten in der Bundesrepublik Deutschland, im europäischen Ausland und in den USA"*[122]) in Auftrag gegeben. Länderübergreifende Studien zum Leseverhalten gibt es bisher erst in Ansätzen. Bei der Gegenüberstellung der verschiedenen nationalen Untersuchungen zeigt sich unabhängig von den einzelnen Bildungssystemen und der Medieninfrastruktur eine ähnliche Verteilung von Lesern und Nichtlesern. Übereinstimmung ist auch hinsichtlich der Einflußvariablen der Lesesozialisation festzustellen. Deutlich ist dabei der zentrale Stellenwert der Familie. Quantitative Angaben zum funktionellen Analphabetismus beruhen, mit Ausnahme der USA, im wesentlichen auf Schätzungen. Wie Untersuchungen zur Wissenskluft belegen konnten, korrespondiert dieses Phänomen mittelbar mit der Art und Weise der Mediennutzung. Die Autoren des Gutachtens weisen auf die Notwendigkeit eines grundlegenden Konzeptes der eigenständigen Leseforschung hin, das einander ergänzende quantitative und qualitative Analysen einschließt und als Langzeituntersuchung angelegt ist.

4.2 Politische und gesellschaftliche Auswirkungen

Die empirische Erforschung der *„langfristigen Medienwirkungen"*[123]) ist ein vergleichsweise junger Zweig in der Kommunikationswissenschaft. Aus diesem Grunde war das Vierte Wissenschaftliche Gespräch des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung im Jahre 1986 den verschiedenen theoretischen Ansätzen, den bislang vorliegenden Forschungsergebnissen zu den soziokulturellen und politischen Langzeitwirkungen der Mediennutzung und des Strukturwandels im Mediensystem sowie der Methodologie der Wirkungsforschung gewidmet. Ein zentrales Problem der langfristigen Wirkungsforschung ist das Defizit an Medien-, Nutzungs- und Publikumsdaten bzw. deren bislang für wissenschaftliche Zwecke unzulängliche Kategorisierung in den vorhandenen Datenbanken.

Die technische Fortentwicklung im Kommunikations- und Mediensektor löste in der Öffentlichkeit bisweilen kulturkritische und -pessimistische Reaktionen aus. Untersuchungsgegenstand der Studie *„Kommunikationsmedien und die Herausbildung von Spezialkulturen"*[124]) sind die Auswirkungen der Kommunikationsmedien auf die individuelle Wirklichkeitserfahrung, auf die zwischenmenschlichen Beziehungen und die Kultur. Das Gutachten widerlegt die These, die moderne Kommunikationstechnologie mache das Verhalten der Menschen gleich und bringe eine eindimensionale Massenkultur hervor. Zwar ebnen den Befunden der Untersuchung zufolge die raumübergreifenden Kommunikationssysteme lokale, nationale und auch verwandtschaftliche Traditionen zu einem gewissen Grade ein. Sie ermöglichen aber gleichzeitig die Diversifikation von individuellen Sonderinteressen. Alle bisher eingeführten Medien haben die Identitätsbildung und die Sozialbeziehungen des Menschen geprägt. Neue Medien verdrängen i. d. R. nicht die traditionellen Kommunikationsmittel, sondern ergänzen sie. Das moderne, weltweit vernetzte Kommunikationssystem markiert — so das Gutachten — in der Kulturgeschichte der Menschen jedoch einen qualitativen Umschlag, da es vom Individuum nicht unmittelbar kontrollierbar ist. Selbständigkeit und Verantwortlichkeit im Umgang mit den Medien zu stärken ist ein wichtiges pädagogisches Anliegen, da der Medienkonsum im Einzelfall auch negative Wirkungen haben kann.

---

[121]) Auftragnehmer: Socialdata, Institut für Gesundheits- und Kommunikationsforschung, München; Projektleitung: Dipl.-Soz. Michaela Voltenauer-Lagemann. Bericht vom November 1988; Umfang: 63 Seiten.

[122]) Auftragnehmer: Stiftung Lesen, Mainz. Bericht vom Januar 1990, Umfang: 330 Seiten.

[123]) Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Veröffentlichung der Referate und Diskussionsprotokolle in: Walter A. Mahle (Hrsg.): Langfristige Medienwirkungen. AKM-Studien Band 27. Berlin 1986; Umfang: 167 Seiten.

[124]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Roland Eckert, Trier. Bericht vom Februar 1988; Umfang: 116 Seiten.

4.3 Einstellung zur Politik

Die Funktionstüchtigkeit einer parlamentarisch-repräsentativen Demokratie hängt beträchtlich von der Glaubwürdigkeit der politischen Institutionen und der die öffentliche Kommunikation herstellenden Medien ab. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Glaubwürdigkeit von Medien, Pressestellen und Politik ist in Deutschland ein vergleichsweise junger Forschungszweig. Die 1992 vorgelegte Studie *„Öffentliches Vertrauen"*[125]) stellt verschiedene Theorieansätze und bisherige Ergebnisse aus den einzelnen sozialwissenschaftlichen Disziplinen, der kognitiven Psychologie und der Meinungsforschung zusammen. Im Politikbereich ist zwischen unterschiedlichen Dimensionen — Basisvertrauen, Personenvertrauen, bezogenes Institutionenvertrauen und Systemvertrauen — zu differenzieren, die sich in Abhängigkeit von den jeweiligen individuellen demographischen Merkmalen wechselseitig beeinflussen.

Die Fragestellung *„Massenkommunikation und Entfremdung — Gibt es einen Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Entfremdung?"*[126]) ist Gegenstand einer auf der Basis von vier Umfragen im Zeitraum 1977 bis 1984 erstellten Sekundäranalyse. Die Rezeption unterhaltender Fernsehinhalte und die Lektüre unterhaltender Printmedien korrelieren, das ist als Resultat festzuhalten, mit einem negativen Bild der Politik und dem Gefühl persönlicher Wirkungslosigkeit. Ebenso ist ein positiver Zusammenhang zwischen politischer Entfremdung und politischer Inaktivität zu konstatieren. Der Studie zufolge stehen die Rezeption von Informationssendungen im Fernsehen und seriöser Tagespresse, eine positive Einstellung zur Politik und die Bereitschaft zu individuellem politischem Engagement in Korrelation zueinander.

Der Interdependenz von *„Medienmacht und Politik"*[127]) galt das Sechste Wissenschaftliche Gespräch im September 1988. Schwerpunkte der Tagung waren die Politikvermittlung durch die Medien und die These von der Mediatisierung der Politik durch eine Anpassung des politischen Systems und seiner Akteure an die Eigengesetzlichkeiten der Massenkommunikation.

4.4 Einstellung zur Technik

In engem Zusammenhang mit der Frage nach der Darstellung von Wissenschaft und Technik in den Medien steht die Frage nach Akzeptanz und Image beider Lebensbereiche in der Öffentlichkeit. Diesem Themenbereich wurden im Berichtszeitraum insgesamt vier Gutachten gewidmet, wobei zwei insbesondere auf die Frage nach der Bedeutung der Medien in diesem Zusammenhang eingehen:

Die Durchführbarkeitsstudie *„Die Rolle der Medien für die Technikakzeptanz"*[128]) von 1986 behandelt das methodische Problem, inwieweit sich der Inhaltsanalyse durch die Möglichkeit, ganze Texte aus mehreren überregionalen Tages- und Wochenzeitungen zu archivieren, neue Aussichten eröffnen und sich somit die Zusammenhänge zwischen Medienwirkung und Technikakzeptanz erschließen lassen. Gegenstand der Studie ist wegen der großen (gegenwärtigen und zukünftigen) gesellschaftlichen Bedeutung die Berichterstattung über die Gen-, die Informations- und Kommunikationstechnik sowie die Umwelttechnik. Die Gutachter weisen nach, daß eine methodische Erfassung von technologischen Themenverläufen einer Systematisierung im Spannungsfeld von Inhalten und gesellschaftlicher Relevanz zugänglich ist. Dabei stellen EDV-gestützte Textanalysen (Volltextverfahren) geeignete Untersuchungsmethoden dar.

Technische Kenntnisse und Fähigkeiten üben der 1987 präsentierten Umfrage *„Medienwirkung und Technikakzeptanz"*[129]) zufolge nahezu keinen Einfluß auf die abstrakte Einstellung zur Technik aus. „Nahbild" und „Fernbild" von Technik existieren getrennt nebeneinander und verhindern, ein geschlossenes Bild der Einstellung zu zeichnen. Von vielen Kommentatoren wird überzeugend die Einstellung vertreten, die Bevölkerung sei nicht technikfeindlicher, sondern lediglich skeptischer und sensibler geworden gegenüber Folgen der Technik. Dem Fernsehen wird in schwierigen Fragen wie z. B. der Energieversorgung mehr Glaubwürdigkeit eingeräumt als den wissenschaftlichen Experten. Die Medieninhaltsanalyse hat gezeigt, daß sich die Medien bei der Beschäftigung mit dem Thema „Technik" nur wenig mit den Aussagen über und von Experten auseinandersetzen.

4.5 Auswirkungen gewalthaltiger Medieninhalte

Das in Wissenschaft und Öffentlichkeit breit diskutierte Problem der Wechselseitigkeit von medialer und realer Gewalt war Gegenstand einer Reihe von Forschungsaufträgen der Bundesregierung:

Das Gutachten *„Videowelten und ihre Fans. Die Bedeutung von Horror- und Pornofilmen für die Konstitution von Spezialkulturen"*[130]) setzt sich mit der Bedeutung dieser Filme und deren Auswirkungen auf den Alltag der Nutzer auseinander. Ein wichtiges Ergebnis lautet, daß die häufige Rezeption fiktionaler Gewalt nicht zur „Verrohung" führt. Keine der be-

[125]) Auftragnehmer: Forschungsstelle für Kommunikations- und Public-Relations-Forschung, Otto-Friedrich-Universität Bamberg; Projektleitung: Prof. Dr. Günter Bentele. Bericht vom Dezember 1992; Umfang: Teil I: 138 Seiten, Teil II: 150 Seiten.

[126]) Auftragnehmer: Dr. Christina Holtz-Bacha, München. Bericht vom Dezember 1986; Umfang: 139 Seiten + paginierter Anhang.

[127]) Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Veröffentlichung der Referate und Diskussionsprotokolle in: Walter A. Mahle (Hrsg.): Medienmacht und Politik. AKM-Studien Band 30. Berlin 1989; Umfang: 222 Seiten.

[128]) Auftragnehmer: Battelle-Institut e. V., Frankfurt. Bericht (Verfasser: Gunter Gutmann) vom September 1986; Umfang: II, 103 + teilpaginierter Anhang.

[129]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Elisabeth Noelle-Neumann, Allensbach. Bericht vom Juli 1987; Umfang: 24 Seiten + Anhang.

fragten Personen oder Gruppen definiert sich über reale Gewalt und verstärkt entsprechende Neigungen durch Videokonsum. Dennoch schlägt das Gutachten vor, Horror- und Pornofilme für Kinder und Jugendliche generell unzugänglich zu machen. Gerade weil die psychische Verarbeitungskapazität immer erst in einer Medienbiographie erworben werden müsse, könne die unvorbereitete Konfrontation durchaus Schockwirkungen auslösen. Hier komme im Rahmen des Jugendschutzes der Elternaufklärung Bedeutung zu. Neben dem Jugendschutz solle aber auch das Recht der Fans auf freien Zugang zu ihren Filmen gewährleistet sein. Während nach Ansicht der Gutachter die Indizierungspraxis als rechtlicher Rahmen für den Jugendschutz sinnvoll ist, besteht Veranlassung, die gegenwärtige Schnittpraxis und die Beschlagnahmung bestimmter Filme neu zu regeln.

1990 wurde das Gutachten *„Ursachen, Prävention und Kontrolle von Gewalt"*[131]) veröffentlicht. Fazit dieser Untersuchung der Kausalzusammenhänge und Erklärungsansätze von Gewalt ist, daß den Massenmedien bei der Entstehung von Gewalt eine erhebliche Bedeutung zukommt. Danach beeinflussen Massenmedien die Wahrnehmung der Wirklichkeit und die Reaktion auf die soziale Realität. Dramatische, spektakuläre Gewaltdarstellung rechtfertigt die Anwendung von Gewalt und stimuliert die Bereitschaft zu gewalttätigem Handeln. Die Berichterstattung über Gewalttaten kann Gewaltkriminalität rückwirkend verstärken: Die Täter empfinden die öffentliche Aufmerksamkeit als Erfolg und streben nach ihr. Ebenso können die Medien unter Umständen einen Konflikt dadurch verschärfen, daß sie ihn als gewaltsam definieren. Degradierende Darstellungen gesellschaftlicher Gruppen können gewaltlegitimierende Wirkung entfalten. Diese Befunde legen aus der Sicht der Gutachter eine Selbstbeschränkung der Medien und der Journalisten nahe. Vorrangig sei dabei eine drastische Einschränkung der Gewaltdarstellungen im Fernsehen und in Videofilmen. Da dem Staat eine unmittelbare Einflußnahme auf die Medien versagt ist, gilt es, das Verantwortungsbewußtsein der Medienschaffenden, z. B. durch die Einrichtung eines Selbstkontrollorgans, zu stärken.

Untersuchungsgegenstand des 1990 realisierten Forschungsprojektes *„Im Schatten der Computer-Mythen"*[132]) sind die Auswirkungen der Computertechnologie auf den Kreis der intensiven Nutzer dieser neuen und mittlerweile weit verbreiteten Kommunikationstechnik. Für die Computerfreaks ist der Rechner zu einem integralen Bestandteil des Alltags geworden, in den sie erhebliche finanzielle und zeitliche Ressourcen investieren. Das Gutachten kommt zu dem Schluß, die Computersozialwelt sei in verschiedene Spezialkulturen mit jeweils bestimmten Nutzungsmustern ausdifferenziert (z. B. die sog. Hacker, Cracker, Programmierer und Spieler). Das kulturelle Kapital, das Jugendliche durch die Computernutzung erwerben könnten, verbessere ihre sozialen Chancen erheblich. Aneignungsformen und Praktiken in der Computersozialwelt weisen nach Aussage der Gutachter ein hohes Maß an persönlicher Autonomie auf; deshalb sei eine staatliche Regulierung in diesem Bereich nicht erforderlich.

5 Wirtschaft und Wettbewerb

5.1 Inter- und intramediärer Wettbewerb

Das Gutachten *„Untersuchung des künftigen Wettbewerbs in und zwischen den Medien, des zu erwartenden Regelungsbedarfs und Würdigung der auf den Ebenen der Länder, des Bundes und der Europäischen Gemeinschaften bestehenden Regelungsbefugnisse"*[133]) analysiert die Besonderheiten der Medien und ihrer Märkte. Es entwirft eine primär auf den Rundfunk zielende ordnungspolitische Leitbildvorstellung, untersucht absehbare Entwicklungen auf den relevanten Märkten (Zeithorizont: Ende des Jahrhunderts) und deduziert unter weitgehender Konzentration auf den Rundfunk ordnungspolitischen Handlungsbedarf.

Das Forschungsvorhaben *„Publizistischer Wettbewerb Presse/Rundfunk im lokalen Bereich"*[134]) geht am Beispiel von sieben ausgewählten Städten für das Jahr 1986 der Frage nach, wie sich der publizistische Wettbewerb vor dem Hintergrund der Einführung des dualen Rundfunks entwickelt hat. Wie das Gutachten beschreibt, hat der intermediäre Wettbewerb im lokalen Raum durch die neue Konkurrenzsituation im genannten Zeitraum zugenommen. Dabei sei zu berücksichtigen, daß sich die privaten Rundfunkveranstalter im Untersuchungszeitraum noch in der Aufbauphase befunden hätten. Die Mediengattungen wurden 1986 vorrangig komplementär genutzt.

Auch das Gutachten *„Die Veränderungen auf dem Medienmarkt — Konsequenzen für die Zeitungen"*[135]) untersucht die Veränderungen, die sich durch die Einführung des privaten Rundfunks im lo-

---

[130]) Arbeitstitel: „Normales und abweichendes Verhalten von Individuen und Gruppen am Beispiel Video". Auftragnehmer: Universität Trier; Projektleitung: Prof. Dr. Roland Eckert. Bericht vom Juli 1989; Umfang: 389 Seiten.

[131]) Hans Dieter Schwind/Jürgen Baumann/Friedrich Lösel/u. a. (Hrsg.): Ursachen, Prävention und Kontrolle von Gewalt. Gutachten der Unabhängigen Regierungskommission zur Verhinderung und Bekämpfung von Gewalt. Berlin 1990. Band I (Endgutachten und Zwischengutachten der Arbeitsgruppen): 566 Seiten, Band II (Erstgutachten der Unterkommissionen): 1043 Seiten, Band III (Sondergutachten [Auslandsgutachten und Inlandsgutachten]): 687 Seiten, Band IV (Bevölkerungsumfragen): VIII, 288 Seiten.

[132]) Arbeitstitel: „Normales und abweichendes Verhalten von Individuen und Gruppen am Beispiel Computer"; Auftragnehmer: Universität Trier; Projektleitung: Prof. Dr. Roland Eckert. Bericht vom Juli 1990; Umfang: V, 285 Seiten.

[133]) Auftragnehmer: Forschungsinstitut für Wirtschaftspolitik/Universität Mainz; Projektleitung: Prof. Dr. W. Zohlnhöfer. Bericht (Verfasser: Dipl.-Volkswirt Lukas Weber) vom Januar 1988; Umfang: 214 Seiten.

[134]) Auftragnehmer: Socialdata, München; Projektleitung: Dipl.-Soz. Michaela Voltenauer-Lagemann. Bericht vom Januar 1986; Umfang: 257 Seiten + paginierter Anhang.

kalen Medienmarkt ergeben. Es kommt für das Jahr 1989, also drei Jahre nach Abschluß der vorgenannten Untersuchung, zu folgendem Ergebnis: die Lokalfunkanbieter werden langfristig den Tageszeitungen weniger in ökonomischer als vielmehr in publizistischer Hinsicht eine Konkurrenz sein. Sender und Programme, an denen Zeitungsverlage beteiligt sind, haben sich schnell von den Zeitungsredaktionen unabhängig gemacht. Synergieeffekte waren bislang nicht zu beobachten.

Gelegenheit zu einer Zwischenbilanz hinsichtlich des *„Intermediären Wettbewerbs nach dem Ende des öffentlich-rechtlichen Monopols"*[136]) bot das Fünfte Wissenschaftliche Gespräch im Jahre 1987. Ziel des Symposiums war es, eine Standortbestimmung im Mediengefüge der Bundesrepublik Deutschland vorzunehmen und die zukünftige Entwicklung des Wettbewerbs zwischen und innerhalb der einzelnen Mediengattungen auszuleuchten.

5.2 Sonstige Einzelthemen

Gegenstand der 1991 abgeschlossenen Untersuchung *„Die Filmwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland — eine Strukturuntersuchung"*[137]) ist die gesamtwirtschaftliche Bedeutung, Struktur und Entwicklung der Filmwirtschaft in den alten Bundesländern. Wichtige Teilbereiche der Filmwirtschaft — Filmherstellung, -verleih, -theater, Videotheken — finden ebenso besondere Berücksichtigung wie Nachfrage, Förderung, Markterfolg, Kosten und Auslandseinflüsse des deutschen Films. Die Studie prognostiziert für die weitere Zukunft bis 1995 ein Umsatzwachstum für Filmherstellung, -vertrieb und -verleih. Aufgrund des Altersstruktureffektes und der weiter zunehmenden Konkurrenz des Videos und des Fernsehens rechnet der Gutachter mit einem Rückgang des Filmbesuches. Als Forschungslücken werden u. a. die Evaluierung des Filmförderungsgesetzes und anderer Fördermaßnahmen, die Analyse der Integration der Filmwirtschaft der ehemaligen DDR und internationale Vergleiche genannt.

Die potentielle Konkurrenz eines „Alternativen Zustelldienstes" für Presseerzeugnisse könnte den Spielraum der Gebührenpolitik für den Postzeitungsdienst deutlich einschränken. Das 1992 vorgelegte Gutachten *„Postzeitungsdienst und alternative Zustellformen im Vertriebssystem der Presse"*[138]) vergleicht die Kosten des Postzeitungsdienstes mit denen anderer Transport- und Zustelldienstleistungen. Im Ergebnis zeigt sich, daß der Postzeitungsdienst sowohl für das Verlagsabonnement als auch für den werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel bei den geltenden Gebühren in den meisten Fällen ökonomisch vorteilhaft ist. Objekte mit höherem Gewicht dagegen können durch Agenturen und verlagsgebundene Zusteller kostengünstiger zugestellt werden. Bei den Verlagen besteht die Bereitschaft, im Falle von Gebührenänderungen zu anderen Vertriebsformen überzugehen. Das in Teilbereichen bereits vorhandene alternative Vertriebssystem weist ein hohes Maß an Effizienz und Flexibilität auf. Dennoch sind die Verlage an der Existenz des Postzeitungsdienstes interessiert, um weiterhin zu niedrigen Gebühren diejenigen Teile ihrer Auflagen zu vertreiben, für die sie selbst keine kostengünstigere Variante finden.

„Der europäische Markt und die Einheit Deutschlands in ihren Folgen für die Struktur und Vielfalt der Presse — insbesondere Abonnement-Tageszeitungen — in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung intermediärer Verflechtungen — Bestandsaufnahmen, Tendenzen, Risiken, Chancen"[139]) war Thema einer 1993 abgeschlossenen Studie zur Struktur und Dynamik des Zeitungsmarktes. Demnach lassen sich in der Bundesrepublik Deutschland (ohne Berlin) z. Zt. 47 Teilmärkte für Zeitungen voneinander abgrenzen. Dabei überwiegen wettbewerblich erstarrte Markttypen: Die Position des Marktführers behaupten jeweils entweder Großkonzerne multimedialen Zuschnitts oder Tageszeitungsverlage mittelständischen Typs. Längerfristig wird die Vernetzung der Zeitungsmärkte unter weiteren Kooperationsverflechtungen der Medienunternehmen zunehmen, so daß mit dem Entstehen von Zeitungsketten zu rechnen ist. Wie die Studie verdeutlicht, wird zumindest ein Teil der deutschen Zeitungsverlage in der Lage sein, wirkungsvolle Verbundmodelle für eine Expansion auf dem europäischen Markt zu entwickeln. Umgekehrt ist dem Gutachten zufolge nicht zu erwarten, daß ausländische Medienunternehmen in größerem Umfang auf den deutschen Pressemarkt drängen.

Ziel des Gutachtens *„Gesamtwirtschaftliche Position der Medien in den Jahren 1982—1992"*[140]) war es, die zum Mediensektor vorhandenen Informationen aus der amtlichen Statistik und aus nichtamtlichen Quellen (Verbandstatistiken, Unternehmensdaten, wissenschaftliche Erhebungen) zusammenzustellen und damit die Grundlage für eine Bewertung der Position der Medien in der Wirtschaft zu schaffen. Demnach hat das Gewicht des Mediensektors innerhalb der Gesamtwirtschaft in den Jahren 1982 bis 1990 zuge-

[135]) Auftragnehmer. Dr. Christina Holtz-Bacha; Bericht vom Mai 1989; Umfang: 77 Seiten.

[136]) Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM); München; Veröffentlichung der Referate und Diskussionsprotokolle in: Walter A. Mahle (Hrsg.): Intermediärer Wettbewerb nach dem Ende des öffentlich-rechtlichen Monopols. AKM-Studien Band 29. Berlin 1988; Umfang: 219 Seiten.

[137]) Auftragnehmer: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin; Projektleitung: Gerhard Neckermann. Bericht vom September 1990; Umfang: 149 Seiten.

[138]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Manfred Knoche, Brüssel/Prof. Dr. Axel Zerdick, Berlin. Bericht vom Februar 1992; Umfang: 124 Seiten.

[139]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Gerd Kopper, Dortmund. Literaturbericht vom Juli 1992; Umfang: Teil IA (Analytischer Bericht zur Literatur): 231 Seiten, Teil IB (Literaturverzeichnis): 239 Seiten; Gutachten vom November 1993; Umfang: Teil IIA (Analytische Studie): 330 Seiten, Teil IIB (Tabellenband): 229 Seiten.

[140]) Auftragnehmer: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin; Bericht vom Juni 1994; Umfang: X, 252 Seiten.

nommen. Der Stellenwert der Medienprodukte im privaten Verbrauch und — als Medienwerbeleistung — innerhalb der Vorleistungsbezüge der Unternehmen hat sich während des gesamten Untersuchungszeitraums kontinuierlich erhöht.

6 Medienpolitik und Medienrecht

Zielsetzung der 1987 vorgelegten Dokumentation *„Medienpolitik in der Bundesrepublik 1983 bis 1987“*[141]) war es, in der zunehmend unübersichtlichen medienpolitischen Diskussion Orientierungshilfe zu geben. Die Arbeit knüpft zeitlich an die titelgleiche Dokumentation an, die den Zeitraum 1945 bis 1983 abdeckt.[142]) In chronologischer Reihenfolge und nach den Akteuren geordnet, werden die relevanten medienpolitischen Initiativen, Entscheidungen und Ereignisse in der Zeit von 1983 bis 1987 vorgestellt. Jeweils ausführliche Quellenhinweise ermöglichen den Zugriff auf die Originaldokumente.

Thema des Achten und Neunten Wissenschaftlichen Gesprächs über kommunikationswissenschaftliche und -politische Fragen war die Entwicklung der *„Medien im vereinten Deutschland“*[143]). Stand 1990 und 1991 insbesondere die Neuordnung des Rundfunkssystems der fünf neuen Bundesländer im Mittelpunkt der Tagung, so widmete man sich im Jahr darauf, im Zehnten Wissenschaftlichen Gespräch, schwerpunktmäßig dem *„Pressemarkt Ost“*. Die strukturellen Probleme der Zeitungsunternehmen und die berufliche Situation der Journalisten fanden dabei ebenso Berücksichtigung wie die Frage nach ordnungspolitischen Gestaltungsmöglichkeiten im Pressebereich.

In der Expertise *„Möglichkeiten zur Bildung eines allgemeinen medienübergreifenden, bundesweiten und zentralen 'Medienrats' als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle — rechtliche Möglichkeiten der Bildung, kompetenzrechtliche Abgrenzungsprobleme zwischen Bund und Ländern, denkbare Lösungsmodelle“*[144]) wurde geprüft, ob die Bildung eines solchen „Medienrats“ aus verfassungs- und medienrechtlicher Sicht grundsätzlich möglich ist. Das Gutachten stellt fest, daß einem übergeordneten Medienrat weder unter rechtlichen noch funktionellen Aspekten für den Pressebereich weitergehende Befugnisse als dem bestehenden Deutschen Presserat eingeräumt werden können. Eine Vereinheitlichung der Programmkontrolle im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sei wegen dessen vom Bundesverfassungsgericht in Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit nach Art. 5 Satz 2 GG konkretisierter binnenpluraler Struktur nicht zulässig. Dagegen wird im Bereich des privaten Rundfunks eine Vereinheitlichung der Aufsichtsfunktion der Landesmedienanstalten bei einer zentralen Aufsichtsbehörde verfassungsrechtlich für zulässig gehalten. Ihre Rechtsgrundlage könnte ein Staatsvertrag aller Länder schaffen.

[141]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Gerhard Wittkämper/Marianne Wulff-Nienhüser, M. A., Münster; Bericht vom März 1987; Umfang: 196 Seiten.

[142]) Siehe dazu Medienbericht 1985, BT-Drs. 12/5663, S. 151.

[143]) Vorbereitung und wissenschaftliche Auswertung durch die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), München; Veröffentlichung der Referate und Diskussionsprotokolle in: Walter A. Mahle (Hrsg.): Medien in Deutschland. AKM-Studien Band 32. München 1990; Umfang: 216 Seiten; ders. (Hrsg.): Medien im vereinten Deutschland. AKM-Studien Band 37. München 1991, Umfang: 250 Seiten; ders. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. AKM-Studien Band 38. München 1992, Umfang: 207 Seiten.

[144]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Reinhart Ricker, Frankfurt. Bericht vom Mai 1990; Umfang: VIII, 131 Seiten.

7 Medienpädagogik

7.1 Medienpädagogik in Familie, Schule und anderen Bildungseinrichtungen

Um Anregungen für den Umgang mit dem vielseitigen Medienangebot geben zu können, ist es notwendig, über das tatsächliche Mediennutzungsverhalten von Erwachsenen und Kindern Aufschluß zu gewinnen. Zentrales Element des Projektes *„Medienpädagogische Information und Beratung für Eltern, Erzieher und Lehrer“*[145]) war die Befragung von 61 Familien mit Kindern im Vor-/Grundschulalter und Jugendlichen. Demnach sind Eltern sowohl mit dem eigenen Medienkonsum als auch mit dem Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder unzufrieden. Die Fernsehdauer sei zu lang und die Programmauswahl erfolge zu ungezielt. Der Großteil der Befragten legt Wert auf Informationen mit leserfreundlichem Layout und konkrete, auf die Familienwirklichkeit zugeschnittene Tips für den Umgang mit den Medien.

Die wirtschaftlich-technische Entwicklung wird zunehmend von Forschungsergebnissen bestimmt, die in wissenschaftlicher Kooperation von Wirtschaft und Hochschulen erarbeitet werden. Daraus resultiert ein steigender Bedarf an Anpassungsfortbildung insbesondere für Beschäftigte im tertiären Sektor. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwiefern insbesondere unter Nutzung der visuellen und didaktischen Möglichkeiten der neuen Medien technische Schlüsselinhalte anschaulich und schnell vermittelt werden können. Die 1986 in Auftrag gegebene Expertise *„Einsatzmöglichkeiten von Medien- und Telekommunikationssystemen in der (tertiären) Aus- und Weiterbildung und in der Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Wirtschaft“*[146]) kommt auf der Grundlage der in den USA gemachten Erfahrungen zu dem Ergebnis, daß der Einsatz neuer Medien- und Telekommunikationssysteme im Bildungswesen ein schneller und effizienter Weg der Wissensdiffusion ist. Dadurch eignet er sich besonders für die Weiterbildung von hoch- und höchstqualifizierten Beschäftigten. Nach dem Befund des Gutachters werden neue Medien und Telekommunikationssysteme in Deutschland nur marginal im Bildungswesen eingesetzt. Ursache dafür sind

[145]) Auftragnehmer: Deutsche Lesegesellschaft, Mainz; Projektleitung: Heinrich Kreibich. Bericht vom Juni 1988; Umfang: 160 Seiten.

[146]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Winfried Sommer, Römerberg. Bericht vom November 1986; Umfang: 319 Seiten.

Akzeptanzprobleme und eine unzureichende Sensibilisierung der Verantwortlichen für die Einsatzmöglichkeiten sowie eine bislang einseitige Fixierung der Bildungspolitik auf informationstechnische Bildung.

Im Zuge der Wiederherstellung der deutschen Einheit hat sich die Bildungs- und Kulturlandschaft in den neuen Ländern grundlegend verändert. Vor dem Hintergrund der für die Bürger im Beitrittsgebiet neuartigen Vielfalt an Medien und -inhalten scheint es geboten und sinnvoll, Mediennutzer, Eltern und Lehrer für Fragen der Medienpädagogik zu sensibilisieren. Wie das 1992 erstellte Gutachten *„Medienpädagogik und Medienforschung in den neuen Ländern der Bundesrepublik Deutschland"*[147]) deutlich macht, gab es theoretische oder praktische Medienpädagogik in der ehemaligen DDR offiziell nicht. Gleichwohl kam es immer wieder zu medienpädagogischen Initiativen einzelner Personen oder Gruppen. Zwei Jahre nach der Einigung haben mittlerweile auch Medienforschung und -pädagogik in das Curriculum der Hochschulen in den neuen Ländern Eingang gefunden, insgesamt jedoch steht die Implementierung der Medienpädagogik in das Studienangebot der Universitäten noch am Anfang. Die Schulrichtlinien aller neuen Länder enthalten Bestimmungen für den Lehrinhalt „Medien". Initiativen auf soziokultureller Ebene sind wegen finanzieller Engpässe oft kurzlebig. Die Gutachter empfehlen einen intensiven Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Experten und Verantwortlichen aus den alten und den neuen Ländern.

Um einen Überblick über die tatsächliche Praxis der Medienpädagogik in Schulen und außerschulischen Institutionen zu erhalten, wurden mit dem 1991 abgeschlossenen Gutachten *„Bestandsaufnahme und Analyse modellhafter Ansätze in der Medienerziehung im schulischen und außerschulischen Bereich"*[148]) 850 Modelle zur Medienerziehung für 6- bis 14jährige Kinder untersucht. Demnach wird in 71 bis 82 % aller Schulen medienpädagogisch gearbeitet, dabei ist die Zahl der Schulen, die sich medienpädagogischen Themen/Projekten widmen, zwischen 1985 und 1989 stetig angestiegen. Medienerziehung findet in Schulen und außerschulischen Bildungsstätten jedoch noch überwiegend punktuell statt. Schwerpunkte der medienpädagogischen Arbeit sind die Verarbeitung von Medienerlebnissen sowie die Analyse vorhandener Medien und ihrer Inhalte. Den geringsten Anteil am medienpädagogischen Unterricht macht die Vermittlung alternativer Handlungsweisen aus. Sowohl bei Schulen als auch bei Jugendämtern, öffentlichen Bibliotheken, Volkshochschulen und Familienbildungsstätten steigt die Zahl der Projekte, in denen eigene Medienprodukte hergestellt werden. Das Gutachten schließt u. a. mit der Empfehlung, den Bereich der Medienpädagogik an allen Bildungsstätten weiter auszubauen, die Qualifikation der Pädagogen zu verbessern und die Medienerziehung stärker an der Zielgruppe, den Kindern, zu orientieren.

Zielsetzung des 1991 abgeschlossenen Forschungsvorhabens *„Medienerfahrungen von Kindern — Ansätze für medienpädagogische Hilfen in Kindergarten und Familie"*[149]) war es, Aufschluß über das tatsächliche Medienverhalten von Kindern in Kindergärten zu erhalten und Leitlinien für einen situativen und produktiven Umgang der Erzieher mit Medienerfahrungen zu entwickeln. Die Untersuchung wies nach, daß verschiedenste „Medienereignisse" zum Kindergartenalltag gehören. Diese Ereignisse bilden jedoch nur ein Moment in den Aktivitäten der Kinder und unterliegen gruppenspezifischen Umgangsformen und medienbedingten Moden. Die Kinder bringen ihre häuslichen Medienerfahrungen immer schon als „verarbeitete" in die Kindergartengruppe ein. Sie nehmen Medien „thematisch voreingenommen" wahr und drücken im Spiel und im Gespräch ihre Art der Medienrezeption und die Bedeutung, die die Medieninhalte für sie haben, aus. Kleinkinder benützen ihre Medienerfahrungen auch, um die sozialen Beziehungen im Kindergarten zu gestalten und soziale Anforderungen in der Gruppe zu lösen. Nach Ansicht der Gutachter sollten Erzieherinnen in Kindergärten die Medienerfahrungen der Kinder differenzierter wahrnehmen, um das kindliche Verhalten besser zu verstehen und die gegebenen Handlungsmöglichkeiten zur Vermittlung eines konstruktiven Umgangs mit den Medien nützen.

7.2 Leseförderung

Ausgangspunkt des Projektes *„Einsatz neuer Informationstechnologien im Bildungsbereich am Beispiel Leseförderung und Medienerziehung"*[150]) waren die langjährigen Erfahrungen der Deutschen Lesegesellschaft, Leseförderung in Zusammenarbeit mit Fernseh- und Rundfunkanstalten zu betreiben. Zur ersten Phase gehörte die Ausstrahlung von insgesamt 6 000 Minuten Programm zur Lese- und Medienerziehung im Bürgerservicekanal des Kabelpilotprojektes Ludwigshafen. Dabei gelang es, die Rundfunkanstalten dafür zu gewinnen, auch in Zukunft entsprechende Programme zu verbreiten. Da dies wesentlich davon abhängt, daß potentielle Teilnehmer rechtzeitig informiert und die Bildungsangebote koordiniert werden, hat man in einer zweiten Projektstufe die Möglichkeit der Information per Computer untersucht. Ergebnis der Testlaufes war, daß es keine Probleme gibt, mit dem Einsatz neuer Technologien bei begrenzter Personalkapazität mehr Informationen einem größeren Kreis von Adressaten zu übermitteln.

---

[147]) Auftragnehmer: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), Bielefeld; Bericht vom Dezember 1992; Umfang: 118 Seiten.

[148]) Auftragnehmer: Prof. Dr. Dieter Höltershinken, Universität Dortmund. Bericht vom Juli 1990; Umfang: 196 Seiten.

[149]) Auftragnehmer: Deutsches Jugendinstitut, München; Projektleitung: Jürgen Barthelmes, Christine Feil, Maria Furtner Kallmünzer. Bericht von 1991; Umfang: 314 Seiten.

[150]) Auftragnehmer: Deutsche Lesegesellschaft, Mainz; Projektleitung: Bodo Franzmann. Bericht vom Juni 1988; Umfang: 19 Seiten.

F. Beschäftigte im Medienbereich

I. Arbeitsmarkt Medien

1 Erwerbstätigkeit

In der Systematik der Beschäftigungsstatistik nach Wirtschaftszweigen ist der Medienbereich kein eigenständiges Klassifikationsmerkmal. Vielmehr erstreckt er sich in der wirtschaftsfachlichen Gliederung über mehrere Wirtschaftsklassen, wobei sich nicht alle Branchen, die diese Wirtschaftsklassen umfassen, wiederum dem Medienbereich zuordnen lassen. Deshalb ergeben sich je nach Definition des Begriffes Medien mitunter unterschiedliche empirische Befunde.[1])

Dem Medienbereich sind folgende Wirtschaftsklassen zuzuordnen: das Verlags-, Literatur- und Pressewesen, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Filmtheater, -herstellung und -vertrieb, Druckereien und Vervielfältigung sowie Buchbindereien.[2]) In diesen Wirtschaftsklassen waren — bezogen auf die elf alten Bundesländer[3]) — am 30. Juni 1992 rd. 480000 Arbeitnehmer sozialversicherungspflichtig beschäftigt.[4]) Dies sind rd. 19 % mehr als 1985. Besonders günstig verlief die Beschäftigungsentwicklung seit 1985 in den Sektoren Filmtheater, -herstellung und -vertrieb (+46 %), Nachrichtenbüros (+33 %) und Rundfunk- und Fernsehanstalten[5]) (+28 %).

Insgesamt waren am 30. Juni 1992 in den alten Bundesländern rd. 23,53 Mio. Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Gegenüber 1985 bedeutet dies einen Anstieg um rd. 15 %. Verglichen mit der Gesamtentwicklung auf dem Arbeitsmarkt war damit der Zuwachs der Beschäftigten im Medienbereich deutlich stärker.

Frauen waren überproportional an dieser positiven Entwicklung beteiligt. Die Zahl sozialversicherungspflichtig beschäftigter Frauen im Medienbereich stieg von 1985 bis 1992 um rd. 25 %. Der Beschäftigungszuwachs war damit nicht nur deutlich höher als bei den Männern (+15 %), sondern übertraf auch den Vergleichswert für die Gesamtwirtschaft (+21 %). In der Sparte „Rundfunk- und Fernsehanstalten“ waren Ende Juni 1992 sogar fast 48 % mehr Frauen sozialversicherungspflichtig beschäftigt als im Jahre 1985. Weit überdurchschnittlich waren auch die Zuwachsraten weiblicher Beschäftigter in den Sparten „Filmtheater, -herstellung und -vertrieb“ (+44 %) und Nachrichtenbüros (+39 %).

Tabelle F 1:

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Bereich „Medien“ 1985 bis 1992 — alte Bundesländer —

Jahr	Männer	Frauen	gesamt
1985	232306	170700	403006
1986	236554	175238	411792
1987	240222	180919	421141
1988	242838	185339	428177
1989	247800	190940	438740
1990	253587	199409	452996
1991	263270	209664	472934
1992	267004	214087	481091

Stand: jeweils 30. Juni.

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

Ebenso schwierig wie nach Wirtschaftszweigen läßt sich der Medienbereich nach Berufen innerhalb der Systematik der Beschäftigungsstatistik abgrenzen. Nur einige Berufsordnungen können dem Medienbereich ohne weiteres zugeordnet werden. Die Zuordnung der Berufe als „medientypisch“ sagt jedoch nichts darüber aus, ob die Arbeitnehmer tatsächlich in dem Wirtschaftsbereich „Medien“ tätig sind. Sie läßt lediglich Rückschlüsse auf die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zu, die diesen Beruf ausüben. Die Arbeitnehmer können auch in anderen Branchen der Wirtschaft beschäftigt sein.

Ende Juni 1992 gab es laut amtlicher Statistik in den alten Ländern rd. 38800 beschäftigte Publizisten (vgl. Tabelle F 2).[6]) Dies sind rd. 43 % mehr als 1985.

[1]) Vgl. hierzu Kapitel B.I. Das der dortigen Darstellung zugrundeliegende Gutachten stützt sich nicht nur auf eine andere Definition des Begriffes „Medien“, sondern kommt durch Auswertung anderer statistischer Quellen und durch eigene Schätzungen zu abweichenden Ergebnissen hinsichtlich der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

[2]) Dem Bereich Medien könnte ferner noch die Wirtschaftsklasse 820 — Wirtschaftswerbung, Werbegestaltung und -durchführung, Werbeberatung und -vermittlung — zugeordnet werden. In dieser Wirtschaftsklasse waren am 30. Juni 1992 70753 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, darunter 40054 Frauen.

[3]) Die folgende Darstellung bezieht sich auf die alten Bundesländer. Vergleichbares Datenmaterial zur Situation in den neuen Bundesländern liegt nicht vor.

[4]) Nicht sozialversicherungspflichtig beschäftigt sind die freiberuflich Tätigen, die Beamten, Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen, aber auch die Arbeitnehmer mit weniger als 15 Wochenstunden und einem monatlichen Arbeitseinkommen unter 500 DM (1992). Daten zum 30. Juni 1993 liegen noch nicht vor.

[5]) Diese Sparte in der amtlichen Statistik umfaßt die Beschäftigungszahl privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter.

[6]) Die Berufsordnung 821 — Publizisten — umfaßt alle Erwerbstätigen, die im Hauptberuf publizistisch arbeiten; dazu gehören u. a. neben den Journalisten die Schriftsteller, Dramaturgen, Lektoren, Sprecher.

Tabelle F 2:

Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Publizisten 1985 bis 1992 — alte Bundesländer —

Jahr	Männer	Frauen	gesamt
1985	19785	7302	27087
1986	20592	7922	28514
1987	21406	8733	30139
1988	22099	9452	31551
1989	23172	10434	33606
1990	23647	11241	34888
1991	24629	12277	36906
1992	25495	13300	38795

Stand: jeweils 30. Juni.
Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

Tabelle F 3:

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in künstlerischen und zugeordneten Berufen 1985 bis 1992 — alte Bundesländer —

Jahr	Männer	Frauen	gesamt
1985	9348	3982	13330
1986	9649	4149	13798
1987	10008	4288	14296
1988	10357	4502	14859
1989	10804	4650	15454
1990	11321	4939	16260
1991	11827	4977	16804
1992	12460	5371	17831

Stand: jeweils 30. Juni.
Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

Tabelle F 4:

Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Drucker 1985 bis 1992 — alte Bundesländer —

Jahr	Männer	Frauen	gesamt
1985	126356	33402	159758
1986	128504	34865	163369
1987	129743	36272	166015
1988	130387	37722	168109
1989	133871	39553	173424
1990	136621	42332	178953
1991	141012	45078	186090
1992	140423	45467	185890

Stand: jeweils 30. Juni.
Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

Die Anzahl der als Publizisten beschäftigten Frauen war im Juni 1992 mit 13300 Frauen fast doppelt so hoch wie im Jahre 1985 (+82 %).

Tabelle F 5:

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Buchbinderberufen 1985 bis 1992 — alte Bundesländer —

Jahr	Männer	Frauen	gesamt
1985	14847	20209	35056
1986	15685	20421	36106
1987	15904	20234	36138
1988	16121	20272	36393
1989	16606	20698	37304
1990	17045	21469	38514
1991	18329	22717	41046
1992	18646	22016	40662

Stand: jeweils 30. Juni.
Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

In der Gruppe der künstlerischen und zugeordneten Berufe[7]) waren Ende Juni 1992 rd. 17800 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, darunter rd. 5400 Frauen. Damit stieg die Zahl der Beschäftigten insgesamt seit 1985 um rd. 34 % an, die Zahl der Frauen in den künstlerischen und verwandten Berufen wuchs um rd. 35 % (vgl. Tabelle F 3).

Ende Juni 1992 gab es in den alten Bundesländern rd. 185900 sozialversicherungspflichtig beschäftigte Drucker, darunter 45500 Frauen (vgl. Tabelle F 4). Von Juni 1985 bis Juni 1992 war der Beschäftigungszuwachs im Druckgewerbe mit rd. 16 % deutlich geringer als bei den Publizisten und künstlerischen Berufen, lag aber leicht über der Gesamtentwicklung auf dem Arbeitsmarkt. Die Frauen waren mit einem Zuwachs von rd. 36 % auch bei den Druckern überproportional am Anstieg der Zahl der Beschäftigten beteiligt.

Ähnlich wie bei den Druckern verlief die Beschäftigungsentwicklung bei den Buchbinderberufen. Ende Juni 1992 waren mit rd. 40700 Arbeitnehmern etwa 16 % mehr Buchbinder sozialversicherungspflichtig beschäftigt als im Jahre 1985. Bei den weiblichen Buchbindern ist jedoch nur ein unterdurchschnittlicher Beschäftigungszuwachs von rd. 9 % zu verzeichnen (vgl. Tabelle F 5).

2 Arbeitslosigkeit

2.1 Alte Bundesländer

Parallel zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung ist die Arbeitslosigkeit im Medienbereich und in den medientypischen Berufen zwischen 1985 und 1993 angestiegen. Wie Tabelle F 6 deutlich macht,

[7]) Die Berufsordnung 835 — künstlerische und zugeordnete Berufe — umfaßt Bühnen- und Filmausstatter, technische Bühnenleiter und -inspektoren, Toningenieure und -techniker, Bildingenieure und -techniker, Beleuchter, Cutter, technische Bühnen- und Studiohilfsberufe, Filmvorführer und andere technische Bühnen- und Studioberufe.

liegt die Zuwachsrate der Arbeitslosigkeit in den einzelnen Medienberufen über dem Vergleichswert für den gesamten Arbeitsmarkt. Besonders deutlich zeigt sich dies bei der Berufsgruppe der Journalisten und Redakteure sowie bei den künstlerischen und zugeordneten Berufen der Bühnen-, Bild- und Tontechnik.

Demgegenüber waren diese Berufe von der jüngsten Entwicklung unterdurchschnittlich betroffen. Lediglich im Druckgewerbe war 1993 ein erheblich stärkerer Anstieg der Arbeitslosigkeit zu konstatieren.

Bei der Interpretation der Zahlen ist zu berücksichtigen, daß die Zuordnung der Arbeitslosen zu bestimmten Berufen in den amtlichen Arbeitslosenstatistiken zwar unter Berücksichtigung der beruflichen Qualifikation, aber nach dem für die Zukunft geäußerten realisierbaren Berufswunsch erfolgt, unabhängig davon, ob der Arbeitslose eine entsprechende Tätigkeit bereits ausgeübt hat oder nicht. Die vorliegenden Daten zur Erwerbslosigkeit geben deshalb keine zuverlässige Auskunft darüber, in welchem Ausmaß bestimmte Berufe vom Risiko der Arbeitslosigkeit betroffen sind.

Aus der Gegenüberstellung der Zahlen zur Beschäftigungsentwicklung und zur Arbeitslosigkeit ergibt sich für den Berichtszeitraum 1985 bis 1993 ein uneinheitliches Bild von der Arbeitsmarktsituation in der Medienbranche. Dem überproportionalen Anstieg der Beschäftigtenzahlen steht die dem allgemeinen Entwicklungstrend gegenläufige Zunahme der Arbeitslosigkeit (bzw. unterdurchschnittliche Abnahme bei den Druckern und Buchbindern) gegenüber, wenn man von der generellen Zunahme der Arbeitslosenzahl in den alten Ländern von 1992 auf 1993 einmal absieht. Offensichtlich nahm im früheren Bundesgebiet das Arbeitskräfteangebot im medientypischen Berufsbereich seit 1985 deutlich stärker zu als in anderen Berufen.

2.2 Neue Bundesländer

In den neuen Bundesländern ist erstmals im September 1992 eine Sondererhebung über Arbeitslose vorgenommen worden. Die Ergebnisse für die medientypischen Berufe im einzelnen kann man Tabelle F 7 entnehmen. Auffallend ist die sehr hohe Zahl arbeitsloser Frauen unter den Buchbindern und Druckern. Demgegenüber ist der Frauenanteil bei den arbeitslosen Publizisten (knapp 50 %) und bei den künstlerischen und zugeordneten Berufen der Bühnen, Bild- und Tontechnik (knapp 43 %) verglichen mit dem Anteil an der Gesamtarbeitslosigkeit von 65 % relativ gering. Da sich in den neuen Ländern die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten noch im Aufbau befindet, sind Aussagen über die relative Betroffenheit von Arbeitslosigkeit nicht möglich.

Die Situation arbeitsloser Journalisten haben Wissenschaftler im Rahmen der vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung in Auftrag gegebenen „Sozialenquête über die Journalisten in den neuen Ländern der Bundesrepublik Deutschland" untersucht.[8]) Mit Unterstützung der Bundesanstalt

[8]) Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): Sozialenquête über die Journalisten in den neuen Ländern der Bundesrepublik Deutschland. Teilprojekt: Arbeitslosigkeit und Berufswechsel. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Band I). München 1993. Zum Gutachten im einzelnen siehe Kapitel E.II.1.2.

Tabelle F 6:

Arbeitslose in medientypischen Berufen 1985 bis 1992
— alte Bundesländer—

	1985	1990	1991	1992	1993	Veränderung 1993 gegenüber 1985 in % (auf-/abgerundet)
Arbeitslose insgesamt	2 151 577	1 727 760	1 609 520	1 783 623	2 288 052	+ 6
arbeitslose Publizisten	2 046	2 490	2 330	2 609	3 066	+50
darunter:						
○ Journalisten	578	895	779	897	1 027	+78
○ Redakteure	962	1 148	1 155	1 303	1 568	+63
Arbeitslose in künstlerischen und zugeordneten Berufen der Bühnen-, Bild- und Tontechnik	1 376	1 856	1 839	1 895	2 121	+54
arbeitslose Drucker	11 320	9 072	8 739	10 757	15 687	+39
arbeitslose Buchbinder	3 475	2 923	2 644	3 055	3 954	+14

Stand: jeweils September.

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

Tabelle F 7:

Arbeitslose in medientypischen Berufen — neue Bundesländer —

	Männer	Frauen	gesamt
Arbeitslose Publizisten darunter:	578	577	1 155
o Journalisten	270	163	433
o Redakteure	204	294	498
Arbeitslose in künstlerischen und zugeordneten Berufen der Bühnen-, Bild- und Tontechnik	670	499	1 169
arbeitslose Drucker ...	1 153	2 700	3 853
arbeitslose Buchbinder	157	937	1 094

Stand: September 1992.

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit.

für Arbeit wurden dabei Sonderauszählungen bei 24 Arbeitsämtern in den neuen Bundesländern im Zeitraum zwischen Juni und Oktober 1992 vorgenommen. Die Zahl der bei den übrigen 14 Arbeitsämtern gemeldeten Journalisten haben Berater und Vermittler in den Arbeitsämtern der jeweiligen regionalen Zentren nach Rücksprache mit anderen Informanten geschätzt. Es ist notwendig, die in der Sozialenquête enthaltenen Daten in den Gesamtzusammenhang der außerordentlichen Umbruchsituation in den neuen Bundesländern nach 1989 einzuordnen.

Der Untersuchung zufolge waren im Sommer und Herbst 1992 rd. 850 Journalisten bei den Arbeitsämtern in den neuen Bundesländern und im Ostteil Berlins als arbeitslos gemeldet. Die Arbeitslosenquote wird von den Gutachtern auf rd. 10 % veranschlagt. Sie lag damit deutlich unter der Gesamtarbeitslosenquote Ost von etwa 14 % in diesem Zeitraum. Als arbeitsuchend waren rd. 1600 Journalisten bei der Arbeitsverwaltung registriert. Unter den Arbeitsuchenden nahmen rd. 260 Journalisten an einer Fortbildungs- und Umschulungsmaßnahme teil. Etwa 450 Journalisten waren in einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme beschäftigt.

Mit einem Anteil von 54 % sind weibliche Journalisten deutlich stärker von der Arbeitslosigkeit betroffen als ihre männlichen Kollegen, wenn auch nicht so ausgeprägt wie bei den Arbeitslosen insgesamt. Ältere Journalisten über 40 Jahre stellen unter den nichterwerbstätigen Journalisten eine deutliche Mehrheit, obwohl sie nicht überdurchschnittlich häufig arbeitslos werden. Dies deutet auf erhebliche Schwierigkeiten bei der Rückkehr in das Berufsleben hin. Ein Fünftel aller arbeitslosen Journalisten war bereits länger als ein Jahr arbeitslos. Regional konzentrieren sich nahezu drei Fünftel der arbeitslosen Journalisten und annähernd drei Viertel der Journalisten in Weiterbildungs- und Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen auf den Ostteil Berlins.

II. Journalisten und freie Mitarbeiter

1 Journalisten

Journalisten üben als diejenige Berufsgruppe, die die Inhalte der öffentlichen Kommunikation selektiert, aufbereitet und zur Verfügung stellt, eine wichtige gesellschaftliche Funktion aus. Für die Tätigkeit des Journalisten gibt es von staatlicher Seite kein geschlossenes Berufsbild. Zulassungsvoraussetzungen sind nicht normiert. Ebenso gibt es keine gesetzlichen Regelungen für die Ausbildung.

Ungeachtet des freien Berufszugangs haben der Deutsche Journalisten Verband e. V. (DJV), die Fachgruppe Journalisten in der IG Medien und die zuständige Fachgruppe der Deutschen Angestellten-Gewerkschaft (DAG) in sog. „Berufsbildern" Richtlinien für die Tätigkeit und das Selbstverständnis der Journalisten festgelegt. Auch die vom Deutschen Presserat in seiner Eigenschaft als Selbstkontrollorgan der Presse aufgestellten „Publizistischen Grundsätze (Pressekodex)" und die „Richtlinien für die publizistische Arbeit" haben den Zweck, einen normativen Rahmen für die Tätigkeit des Journalisten zu liefern.

Die Bundesregierung betrachtet den Beruf des Journalisten als einen „offenen Begabungsberuf". Der freie Zugang zum Journalistenberuf ist ein verfassungsrechtliches Gebot, das sich direkt aus Art. 5 Abs. 1 GG ableitet. Eine staatliche Reglementierung dieser beruflichen Tätigkeit, etwa durch die Einführung von Zugangskriterien und Berufsbildern, wäre als Verstoß gegen die Presse- und Rundfunkfreiheit zu werten. Im übrigen ermöglicht der freie Berufszugang den Medien eine flexible Reaktion auf den fortgesetzten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Wandel in der Gegenwart.

1.1 Tarifvertragliche Regelungen für Journalisten und Volontäre

Für Arbeitnehmer sowie für arbeitnehmerähnliche Personen im Mediensektor (hierzu gehören auch die freien Mitarbeiter, soweit sie gemäß § 12a TVG als arbeitnehmerähnliche Personen zu qualifizieren sind) bestehen ebenso wie für die in anderen Sektoren der Wirtschaft Tätigen Tarifverträge, abgeschlossen entweder zwischen Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften (Verbandstarifverträge) oder zwischen einzelnen Arbeitgebern und Gewerkschaften (Firmentarifverträge). Verbandstarifverträge bestehen getrennt für Zeitungsverlage, Buch- und Zeitschriftenverlage, für Film- und Fernsehschaffende, für Filmtheater sowie für die Druckindustrie. Sie sind zum Teil auf Landesebene abgeschlossen worden. Für die öffentlich-rechtlichen und einige private

Rundfunkanstalten sowie einige Verlage bestehen Firmentarifverträge.[9])

In den Tarifverträgen wird zwischen Arbeitern, Angestellten und arbeitnehmerähnlichen Personen unterschieden. Nach der Begriffsbestimmung des § 12a TVG sind arbeitnehmerähnliche Personen solche, die
- wirtschaftlich abhängig sind,
- einem Arbeitnehmer vergleichbar sozial schutzbedürftig sind,
- die geschuldeten Leistungen aufgrund von Dienst- oder Werkverträgen persönlich und im wesentlichen ohne Mitarbeit von Arbeitnehmern erbringen.

Darüber hinaus ist erforderlich, daß diese Personen
- entweder überwiegend für eine Person tätig sind
- oder von einer Person im Durchschnitt mehr als die Hälfte ihres gesamten Erwerbseinkommens beziehen.

Von der zuletzt genannten Voraussetzung macht der Gesetzgeber für die freien Mitarbeiter im Medienbereich gemäß § 12a Abs. 3 TVG eine Ausnahme. Für Personen, die künstlerische, schriftstellerische oder journalistische Leistungen erbringen, sowie solche, die bei der technischen Gestaltung solcher Leistungen mitwirken, besteht auch dann eine Tarifregelungskompetenz, wenn sie mindestens ein Drittel ihrer Gesamteinnahmen von einer Person beziehen.

Bei den Angestellten gibt es Regelungen, nach denen sie nicht in den Geltungsbereich einbezogen sind, wenn sie ein Gehalt beziehen, das das höchste Tarifgehalt des entsprechenden Gehaltstarifvertrages übersteigt, oder wenn sie in einem Aufgabengebiet beschäftigt sind, das höhere Anforderungen stellt als die an die höchste tarifliche Beschäftigungsgruppe.

In jedem der genannten Tarifbereiche bestehen Manteltarifverträge, die zum Teil für Arbeiter und Angestellte getrennt abgeschlossen sind, mit Regelungen über allgemeine Arbeitsbedingungen (Arbeitszeit, Jahressonderzahlungen, Urlaub, Urlaubsgeld etc.), Entgelttarifverträge (Lohn, Gehalt, Auszubildendenvergütungen und Honorarsätze für arbeitnehmerähnliche Personen) sowie eine Reihe von besonderen Tarifverträgen über bestimmte Regelungsgegenstände (z. B. Rationalisierungsschutz, Fortbildung, zusätzliche Altersversorgung).

Gemäß Tarifvertragsgesetz besteht ein Anspruch auf die tarifvertraglich geregelten Arbeitsbedingungen nur dann,
- wenn sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer Mitglieder der den Tarifvertrag schließenden Verbände (Arbeitgeberverband/Gewerkschaft) sind (falls nicht bei einem sog. Firmentarifvertrag der Arbeitgeber selbst Tarifvertragspartei ist) oder
- wenn der Tarifvertrag für allgemeinverbindlich (av) erklärt worden ist, vorausgesetzt, daß das betreffende Arbeitsverhältnis auch unter den Geltungsbereich des Tarifvertrages fällt.

Von den im Bereich der Medien z. Zt. gültigen Tarifverträgen wurden für av erklärt:
- Verlage von Tageszeitungen, alte Bundesländer
  - TV Altersversorgung (Redakteure) vom 27. Juni 1986; av ab 1. Januar 1987,
- Zeitschriftenverlage, alte Bundesländer
  - TV Altersversorgung (Redakteure) vom 27. Juni 1986; av ab 1. Januar 1987,
  - TV über das Redaktionsvolontariat vom 22. September 1990; av ab 13. April 1991,
  - Mantel-TV (Redakteure) vom 22. September 1990; av ab 1. Januar 1990 (die Allgemeinverbindlicherklärung ist befristet bis zum 31. Dezember 1994).

Die Laufzeit der einzelnen Tarifverträge ist unterschiedlich. Während die Manteltarifverträge längere Zeiträume umfassen, sind die Lohn- und Gehaltstarifverträge meist auf zwölf Monate abgeschlossen. Entgelttarifverträge gibt es für alle Medienbereiche. Sie enthalten jeweils unterschiedlich hoch dotierte Lohn- und Gehalts- bzw. Entgeltgruppen, die nach der Qualifikation der Arbeitnehmer differenziert sind.

Besonders hervorzuheben ist bei den tarifvertraglichen Arbeitsbedingungen die Regelung der Arbeitszeit.

Im Rundfunkbereich beträgt die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit noch 38,5 Stunden, während sich im Bereich der Presse und der Druckindustrie die Arbeitszeit z. Zt. überwiegend auf 37 Stunden beläuft. Eine stufenweise Verkürzung der Arbeitszeit auf 35 Stunden haben die Tarifparteien bereits vereinbart. Die letzte Stufe wird z. B. für die Beschäftigten in der Druckindustrie (alte Bundesländer) am 1. April 1995 und für die Redakteure in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen in den alten und neuen Bundesländern am 1. Mai 1998 erreicht.

Über tarifvertragliche Zusatzleistungen wie Urlaubsgeld (ca. 50 % eines Monatsentgelts), 13. Monatseinkommen, vermögenswirksame Leistungen bestehen sowohl in den alten als auch neuen Bundesländern Vereinbarungen.

Auch für arbeitnehmerähnliche Personen wurden solche Zusatzleistungen neben den allgemeinen Honorarregelungen tarifvertraglich vereinbart, beispielsweise Jahressonderzahlung, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall beim ZDF oder auch Schwangerschaftszuschüsse beim RIAS.

Die Urlaubsdauer beträgt für die Arbeitnehmer in Ost und West i. d. R. sechs Wochen. Ebenso wurden für die freien Mitarbeiter Tarifverträge über bezahlten Urlaub abgeschlossen. Weitere tarifvertragliche Leistungen sind zusätzliche Altersversorgung, Rationalisierungsschutz, Fortbildung, Verdienstsicherung im Alter, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall.

---

[9]) Für das aus dem DDR-Hörfunk hervorgegangene Radioprogramm DS Kultur, das seit dem 1. Januar 1992 der gemeinsamen Verantwortung von ARD und ZDF unterstand, galten bis zur Gründung des Deutschlandradios zum 1. Januar 1994 tarifvertragliche Übergangsregelungen.

1.2 Soziale Sicherung

1.2.1 Grundsatzregelung

Alle im Medienbereich abhängig Beschäftigten sind — wie jeder andere abhängig Beschäftigte — vom sozialen Sicherungssystem erfaßt.

Somit sind sie als Beschäftigte gegen Entgelt in der Kranken-, Unfall- und Rentenversicherung pflichtversichert und nach dem Arbeitsförderungsgesetz beitragspflichtig. Damit ist insbesondere eine soziale Sicherung bei Krankheit, Arbeitsunfall, Alter und Arbeitslosigkeit gegeben. Ein Recht auf wirtschaftliche Sicherung haben in der Sozialversicherung auch die Hinterbliebenen eines Versicherten. In der Krankenversicherung sind allerdings Beschäftigte versicherungsfrei, deren regelmäßiges Jahresarbeitsentgelt 75 % der Beitragsbemessungsgrenze in der Rentenversicherung der Arbeiter und Angestellten übersteigt (1994: 68 400 DM, im Beitrittsgebiet 53 100 DM). Die Versicherungspflichtgrenze für angestellte Journalisten in der Rentenversicherung gibt es seit dem 1. Januar 1968 nicht mehr.

1.2.2 Einrichtungen zu einer ergänzenden sozialen Sicherung

Aufbauend auf der gesetzlichen Rentenversicherung bestehen bei Presse und Rundfunk Versorgungseinrichtungen unterschiedlicher Art, die den Arbeitnehmern eine zusätzliche Sicherung bieten.

1.2.2.1 Presse

Für Journalisten, die bei Tageszeitungen und bei Zeitschriftenverlagen angestellt sind, bieten zusätzliche Sicherung

- das Versorgungswerk der Presse GmbH (VWP) mit seinen Zusatzeinrichtungen,
- die Versorgungskasse der Deutschen Presse,
- der Hilfsverein der Deutschen Presse.

Das VWP, dessen Vorläufer bis in die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg zurückreichen, entwickelte sich über einen Tarifvertrag aus dem Jahre 1926 und eine spätere Tarifordnung nach Ende des Zweiten Weltkrieges zur dominierenden Versorgungseinrichtung der deutschen Journalisten.

Die Tarifverträge sind aufgrund Allgemeinverbindlicherklärung durch das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung obligatorisch für alle festangestellten Redakteure an Tageszeitungen und an Zeitschriften, jedoch können auch andere Presseunternehmen sowie Rundfunkanstalten ebenfalls mit dem Versorgungswerk der Presse für ihre Redakteure einen Rahmenvertrag abschließen, durch den eine Versicherungspflicht entsprechend den tarifvertraglichen Regelungen begründet wird.[10])

Die Leistungen des VWP sind bei privaten Lebensversicherungsgesellschaften abgesichert, die das Vermögen des VWP in einem eigenen Abrechnungsverband mit selbständiger Gewinnrechnung verwalten.

Zu den Aufgaben des VWP gehört es, Versicherungen für die Zeitungs- und Zeitschriftenredakteure abzuschließen und sie treuhänderisch zu verwalten, ohne selbst Versicherer zu sein. Die Verwaltung erfolgt unter paritätischer Kontrolle der deutschen Verleger- und Journalistenverbände.

Die Tarifverträge über die Altersversorgung für Redakteure an Tageszeitungen und an Zeitschriften sehen eine zweigeteilte Versorgung vor:

- eine Firmen-Direktversicherung beim Versorgungswerk der Presse,
- eine Anwartschaft auf Kapitalleistung bei der Versorgungskasse der Deutschen Presse.

Der monatliche Beitragssatz zu den Firmen-Direktversicherungen über das Versorgungswerk der Presse beträgt 5 % des Gehalts bis zur Beitragsbemessungsgrenze, wobei Verlag und Redakteur je die Hälfte zu tragen haben. Die Beitragsbemessungsgrenze liegt 400 DM über der Beitragsbemessungsgrenze in der gesetzlichen Rentenversicherung.[11])

Die Versicherungen beim Versorgungswerk sind Firmen-Direktversicherungen. Es besteht für den Redakteur ein Wahlrecht zwischen zwei Versicherungsformen: a) Kapital-Lebensversicherung mit einmaliger Kapitalleistung im Todesfall und bei Erreichen des 65. Lebensjahres, doppelter Leistung bei Unfalltod sowie Beitragsbefreiung und Rentenzahlung bei Berufsunfähigkeit; b) Leibrentenversicherung, die eine Alters- oder Hinterbliebenenrente (für Witwe und Waisen) sowie eine Berufsunfähigkeitsrente und eine einmalige Kapitalleistung bei Unfalltod vorsieht.

Darüber hinaus haben die Verlage Beiträge in Höhe von 2,5 % des Redakteursgehalts an die Versorgungskasse der Deutschen Presse zu entrichten. Auch hier gilt die Beitragsbemessungsgrenze wie beim Versorgungswerk der Presse.

Die Versorgungskasse der Deutschen Presse ist eine überbetriebliche Unterstützungskasse. Sie sieht eine einmalige Kapitalleistung im Todes- und Erlebensfall sowie Beitragsbefreiung und vollen Erhalt der Anwartschaft bei Berufsunfähigkeit vor.

Schon 1952 haben Spenden der Verleger und Journalisten die Errichtung des Hilfsvereins der Deutschen Presse e. V. ermöglicht, als sich zeigte, daß viele Journalisten durch die Nachkriegsentwicklung ihre Versorgungsansprüche verloren hatten. Der Hilfsverein soll heute unverschuldet in Not geratenen ehemaligen Angehörigen der Presseberufe und ihren Hinterbliebenen bei nachgewiesener Bedürftigkeit einmalige oder laufende Unterstützungen gewähren.

Bis Ende 1986 bestand im Rahmen der Presse-Versorgung eine Gesamtversorgung, die durch das zuvor geschilderte Modell abgelöst wurde.

---

[10]) Vgl. Versorgungswerk der Presse (Hrsg.): Pflichtversicherungen, Stuttgart 1992, S. 3.

[11]) Seit dem 1. Januar 1994 für die alten Bundesländer 7 600 DM und für die neuen Bundesländer 5 900 DM monatlich.

Da sowohl die Beiträge zum Versorgungswerk als auch diejenigen zur Versorgungskasse gehaltsabhängig sind, führen Gehaltssteigerungen zu einer Erhöhung der Versicherungsleistungen bzw. Anwartschaft bei der Versorgungskasse der Deutschen Presse.

Beim VWP können sich Mitarbeiter der Medienberufe auch auf freiwilliger Basis versichern. Ende 1991 hat das Versorgungswerk rd. 83 000 Versicherungsverträge mit einer Versicherungssumme von insgesamt 8,5 Mrd. DM und einer jährlichen Beitragseinnahme von rd. 390 Mio. DM verwaltet.

Für die Redakteure an Tageszeitungen und Zeitschriften in den neuen Bundesländern haben die Verbände mit Wirkung ab 1. Januar 1993 ebenfalls Tarifverträge über die Altersversorgung abgeschlossen. Die Beitragshöhe und der Versicherungsschutz beim Versorgungswerk der Presse entsprechen dem der Redakteure in den alten Bundesländern, insbesondere gilt die gleiche Beitragsbemessungsgrenze. Die Beitragszahlung zur Versorgungskasse der Deutschen Presse und damit auch das Entstehen einer Anwartschaft auf Leistungen setzt bei Zeitungsverlagen erst zum 1. Oktober 1994 und bei Zeitschriftenverlagen zum 1. Juli 1995 ein.

1.2.2.2 Rundfunk

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben für ihre angestellten Mitarbeiter anstaltseigene Versorgungssysteme geschaffen, die über Tarifverträge bzw. Dienstvereinbarungen abgesichert sind. Durch diese Versorgungssysteme haben die angestellten Mitarbeiter bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen Ansprüche auf Alters-, Invaliden-, Witwer- bzw. Witwen- und Waisenrente, zum überwiegenden Teil auch auf Sterbegeld.

Derzeit ist es nicht möglich, zuverlässige Angaben darüber zu machen, ob im Bereich der privaten Rundfunkanstalten bereits eine betriebliche Altersversorgung existiert bzw. beabsichtigt ist, eine solche einzuführen.

1.2.2.3 Versorgung bei Pressestellen und ähnlichen Einrichtungen

Journalisten bei Pressestellen öffentlich-rechtlicher Institutionen oder privater Unternehmen werden i. d. R. von der für ihren Arbeitgeber zuständigen Versorgungseinrichtung erfaßt.

1.2.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes

Die Bedeutung des Betriebsrentengesetzes für Beschäftigte im Medienbereich haben die Medienberichte 1978 und 1985[12]) behandelt.

[12]) Medienbericht 1978, BT-Drs. 8/2264, S. 120, und Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 92.

1.2.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanwartschaften bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Die gegenseitige Anrechenbarkeit von Versorgungsanwartschaften bei den Rundfunkanstalten bei einem Wechsel eines angestellten Mitarbeiters ist seit dem Mobilitätsbeschluß im Jahre 1970 sichergestellt. Dadurch erfolgt eine volle Anrechnung von früheren Beschäftigungszeiten, ermöglicht durch die relativ einheitliche Alterssicherung bei den Rundfunkanstalten.

Darüber hinaus erkennen die meisten Rundfunkanstalten sonstige Berufszeiten, in denen die Mitarbeiter/innen eine gleichartige Tätigkeit ausgeübt haben, bis zu einem festgelegten Zeitraum an.

1.2.5 Regelung zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Ähnlich der Rentenversicherung gewähren die meisten Rundfunkanstalten eine vorzeitige Altersrente ab dem vollendeten 63. Lebensjahr.

1.2.6 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen

Ein Vergleich der verschiedenen Möglichkeiten der Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenversorgungen im Medienbereich ergibt: Einrichtungen wie das Versorgungswerk der Presse (ursprünglich als eine Gesamtversorgung der Journalisten konzipiert) und die anstaltseigenen Versorgungssysteme der Rundfunkanstalten haben jetzt die Funktion einer Zusatzversicherung.

Für die angestellten Journalisten des Pressesektors läßt sich zwar grundsätzlich nicht behaupten, sie seien — im Vergleich zur übrigen Erwerbsbevölkerung — eine in ihrer sozialen Sicherung besonders benachteiligte Berufsgruppe. Journalisten bei den Rundfunkanstalten sind ihnen gegenüber jedoch vergleichsweise besser gestellt. Die Versorgungseinrichtungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind unter allen für Journalisten zugänglichen Systemen diejenigen mit den höchsten Leistungen und auch den besten übrigen Konditionen.

An dieser Bewertung hat sich auch durch die 1984 bei den meisten Rundfunkanstalten der ARD eingeführte Regelung zum Abbau der Überversorgung nichts geändert. Diese sog. Nettoversorgungsregelung hatte zum Ziel, die Gesamtversorgungsbezüge aus gesetzlicher Rente und Betriebsrente auf ca. 90 % des letzten Nettovergleichseinkommens zu beschränken.

Dieses intermediäre Ungleichgewicht der Alterssicherung zeigt sich bei den Rundfunkanstalten in der Höhe der Gesamtversorgungsleistungen (mit i. d. R. automatischer Anpassung der Versorgungsbezüge bei Änderung des Vergütungstarifs der Arbeitnehmer) und in teilweise besseren Bedingungen für den Zeitpunkt der Altersgrenze. Dagegen stehen die halbdynamischen Leistungen des Versorgungswerks

der Presse, die die Journalisten zudem durch eigene Beiträge mitfinanzieren müssen.

Die derzeit vorhandenen unterschiedlichen Regelungen zeigen, daß erhebliche Leistungsunterschiede in der Altersversorgung bei den einzelnen Medien bestehen, mit besonders günstigen Bedingungen bei den Rundfunkanstalten.

2 Freie Mitarbeiter

2.1 Begriffsbestimmung

Unter freier Mitarbeit versteht man die Erbringung von Dienstleistungen im Auftrag eines anderen, ohne daß zwischen den Vertragsparteien arbeitsrechtliche Beziehungen bestehen. Es liegt regelmäßig kein festes, dauerndes Beschäftigungsverhältnis vor, sondern der Dienstverpflichtete erledigt einzelne, meist nicht unmittelbar aufeinanderfolgende Aufträge.

2.2 Tätigkeitsarten und prozentualer Anteil an der Berufsgruppe „Journalisten"

I. d. R. sind bei allen Medien und hier jeweils in den verschiedenen Fachgebieten (z. B. Politik, Wirtschaft, Lokalberichterstattung, Bildung, Kunst, Sport, Unterhaltung) freie Mitarbeiter tätig. Sie kommen aus unterschiedlichen Berufen (z. B. Reporter, Bildjournalist, Hörspielautor, Musiker, Schauspieler, Sänger, Tänzer, Regisseur, Kameramann, Cutter).

Die Gesamtzahl der bei den Medien beschäftigten freien Mitarbeiter ist nicht bekannt. Die Zahlen der von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen beschäftigten freien Mitarbeiter kann man allerdings der amtlichen Pressestatistik entnehmen. Hiernach betrug im Jahre 1991 die Anzahl der von Zeitungsverlagen beschäftigten freien Mitarbeiter 28 290 Personen, bei den Zeitschriftenverlagen waren es 10 714.

Neuere Untersuchungen und Schätzungen zur Anzahl der freien Mitarbeiter bei den öffentlich-rechtlichen und den privatrechtlichen Rundfunkanbietern hat die Bundesregierung im Berichtszeitraum nicht veranlaßt.[13]) Ursache hierfür ist die sehr vielfältige Struktur der freien Mitarbeit. So wird es z. B. nicht gelingen, bei Zählungen die oft vorkommende Tätigkeitsüberschneidung des freien Mitarbeiters bei den verschiedenen Medien herauszuarbeiten.

2.3 Rechtsstellung

Das Rechtsverhältnis eines freien Mitarbeiters unterscheidet sich von einem Arbeitsverhältnis nach ständiger Rechtsprechung durch den Grad der persönlichen Abhängigkeit, in der sich der zur Dienstleistung Verpflichtete jeweils befindet. Die Abgrenzung der abhängigen Beschäftigung von der selbständigen Tätigkeit bei freier Mitarbeit bereitet nach wie vor Schwierigkeiten. Es gibt kein Einzelmerkmal, das aus der Vielzahl möglicher Merkmale unverzichtbar vorliegen muß, damit man in jedem Einzelfall eine eindeutige Abgrenzung vornehmen kann. Vielmehr gibt es eine Reihe von Merkmalen, die im Einzelfall in ihrer Summe zu würdigen sind. Die Rechtsprechung hat in der Vergangenheit versucht, vor allem zur Frage der Festanstellung sog. ständiger freier Mitarbeiter begriffliche Klarheit zu schaffen.

Nach den Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts und des Bundesarbeitsgerichts liegt eine abhängige Beschäftigung und damit Arbeitnehmer-Eigenschaft vor, wenn

- die für den Arbeitnehmerbegriff geltenden allgemeinen arbeitsrechtlichen Grundsätze erfüllt sind (der Begriff der Rundfunkfreiheit verlangt keinen abweichenden Arbeitnehmerbegriff[14])),
- Rundfunk-Mitarbeiter nicht unmittelbar den Inhalt der Sendungen mitgestalten[15]),
- Rundfunk-Mitarbeiter und Zeitschriftenredakteure in eine bestimmte Arbeitsorganisation eingebunden bzw. eingegliedert sind, eine strenge Weisungsgebundenheit hinsichtlich Zeit, Ort und Inhalt der Arbeitsleistung vorliegt und hierdurch eine persönliche Abhängigkeit gegeben ist[16]),
- der wahre Geschäftsinhalt ein Arbeitsverhältnis ausweist (auf die Bezeichnung oder die von den Parteien gewünschten Rechtsfolgen kommt es nicht an[17])),
- bei Auslandskorrespondenten, Sprechern und Übersetzern ständige Dienstbereitschaft bzw. Arbeitsbereitschaft verlangt wird und hierdurch eine typische Abhängigkeit begründet ist.[18])

Die Einbindung in die Organisation einer Rundfunkanstalt in der Form, daß bestimmte Dienste regelmäßig und wiederkehrend zu leisten sind, kann jedoch sowohl für ein Arbeitsverhältnis wie für ein freies Mitarbeiterverhältnis typisch sein.[19])

Das Bundesarbeitsgericht hat in seiner neuesten Entscheidung die bisherige ständige Rechtsprechung bestätigt und darüber hinaus folgende Grundsätze für die Annahme der Arbeitnehmereigenschaft aufgestellt:

- Die Arbeitnehmereigenschaft kann nicht mit der Begründung verneint werden, es handele sich um eine nebenberufliche Tätigkeit.
- Der Rundfunksender kann innerhalb eines bestimmten zeitlichen Rahmens über die Arbeitsleistung des programmgestaltenden Mitarbeiters verfügen, z. B. über eine ständige Dienstbereitschaft.
- Der Mitarbeiter ist in den Dienstplänen aufgeführt.

---

[13]) Siehe dazu Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 94.

[14]) BAG vom 13. Januar 1982. In: AP Nr. 42, 43 zu § 611 BGB Abhängigkeit.

[15]) BVerfG vom 13. Januar 1982. In: BVerfGE 59, 231.

[16]) BAG vom 15. März 1978. In: Recht der Arbeit 1978, S. 266; BAG vom 16. Dezember 1987. In: RzK I 4 a Nr. 11; BAG vom 4. Mai 1983, Az: 5 AZR 361/80, nicht veröffentlicht; LAG München vom 5. Dezember 1990. In: LAGE § 620 BGB Nr. 24.

[17]) BAG vom 12. September 1984, Az: 5 AZR 567/81, nicht veröffentlicht.

[18]) Ebd.; LAG Köln vom 28. Juni 1989. In: Betriebs-Berater 1989, S. 1760.

[19]) BAG vom 11. Dezember 1985, Az: 5 AZR 435/84, nicht veröffentlicht.

○ Der Mitarbeiter, der das Programm mitgestaltet, unterliegt weitgehenden inhaltlichen Weisungen, so daß ihm nur noch ein geringes Maß an Gestaltungsfreiheit, Eigeninitiative und Selbständigkeit bleibt.[20])

Eindeutig als freie Mitarbeit ist die Tätigkeit des programmgestaltenden Rundfunkmitarbeiters anzusehen. Ein Anspruch auf Festanstellung läßt sich in diesen Fällen nicht begründen. Die in Art. 5 Abs. 2 GG gewährleistete Rundfunkfreiheit erstreckt sich auch auf das Recht der Anstalten, dem Gebot der Vielfalt der zu vermittelnden Programminhalte auch bei der Auswahl, Einstellung und Beschäftigung von Mitarbeitern, die bei der Gestaltung von Programmen mitwirken, Rechnung zu tragen. Ein Programmangebot, das der gebotenen Vielfalt genügt, läßt sich nämlich nicht allein durch rechtlich normierte, inhaltliche Anforderungen oder organisatorische Regelungen gewährleisten; es setzt vielmehr auch voraus, daß die Anstalt geeignete Personen für die Mitarbeit gewinnt, die in der Lage sind, die gebotene Vielfalt durch Aktivität, Lebendigkeit, Einfallsreichtum, Sachlichkeit, Fairneß und künstlerisches Niveau einzubringen.[21])

2.4 Wirtschaftliche und soziale Lage von freien Mitarbeitern

Die freien Mitarbeiter genießen heute einen umfassenden Sozialversicherungsschutz, sei es als unständig Beschäftigte in der allgemeinen Sozialversicherung, sei es als selbständige Künstler oder Publizisten in der Künstlersozialversicherung.

2.4.1 Sozialversicherung der Beschäftigten

Die Abgrenzung zwischen einem Beschäftigungsverhältnis und einer selbständigen Tätigkeit kann unter Umständen Schwierigkeiten bereiten. Der Begriff der Beschäftigung im Sinne der Sozialversicherung wird durch die nichtselbständige Arbeit geprägt. Dafür ist nach ständiger Rechtsprechung des Bundessozialgerichts wesentliches Merkmal die persönliche — nicht die wirtschaftliche — Abhängigkeit des Beschäftigten gegenüber einem Arbeitgeber, die ihren wesentlichen Ausdruck in der Eingliederung in den Organismus eines Betriebes, in der Arbeitsbereitschaft und in der Verfügungsbefugnis des Arbeitgebers findet.

Eine Eingliederung liegt vor, wenn der Beschäftigte verpflichtet ist, Weisungen des zur Verfügung über seine Arbeitskraft befugten Arbeitgebers zu befolgen, die sich auf Zeit, Dauer, Ort, Inhalt (Gegenstand) und Gestaltung (Ausführung) seiner Tätigkeit beziehen. Dabei können Weisungsgebundenheit und Direktionsrecht (Verfügungsbefugnis) bei abhängiger Beschäftigung auch stark eingeschränkt sein oder sogar gänzlich fehlen.

Allgemein ist dagegen eine selbständige Tätigkeit anzunehmen, wenn der Betreffende die Tätigkeit in eigenem Namen und auf eigene Rechnung ausübt, über seine Arbeitskraft selbst verfügen kann und ein sog. Unternehmerrisiko trägt.

Anhaltspunkte für eine Abgrenzung von selbständiger Tätigkeit und abhängiger Beschäftigung im Bereich von Hörfunk und Fernsehen enthält ein von den Spitzenverbänden der Sozialversicherungsträger und der Künstlersozialkasse erarbeiteter Abgrenzungskatalog.[22])

Soweit freie Mitarbeiter in den Betrieb eingegliedert sind, kommt ihnen i. d. R. der Status des unständig Beschäftigten zu.

Der Begriff der unständigen Beschäftigung ist in den Vorschriften des Krankenversicherungsrechts (§ 179 SGB V) und des Rentenrechts (§ 163 SGB VI) definiert, und zwar als eine Beschäftigung, die auf weniger als eine Woche entweder nach der Natur der Sache beschränkt zu sein pflegt oder im voraus durch den Arbeitsvertrag beschränkt ist. Für unständig Beschäftigte ist als beitragspflichtige Einnahme ohne Rücksicht auf die Beschäftigungsdauer das innerhalb eines Kalendermonats erzielte Arbeitsentgelt bis zur Höhe der monatlichen Beitragsbemessungsgrenze zugrunde zu legen (§ 232 SGB V, § 163 Abs. 1 SGB VI). Damit sind die unständig Beschäftigten in der Kranken- und Rentenversicherung mit allen anderen abhängig Beschäftigten weitgehend gleichgestellt.

Im Bereich des Arbeitsförderungsgesetzes sind Personen, die berufsmäßig unständig Beschäftigte sind, beitragsfrei (§ 169c Nr. 4 AFG).

2.4.2 Künstlersozialversicherung

Den freien Mitarbeitern, die nach den Abgrenzungskriterien keine abhängige unständige Beschäftigung, sondern eine echte „freie", d. h. selbständige, Tätigkeit ausüben, bietet seit dem 1. Januar 1983 die Künstlersozialversicherung sozialen Schutz. Selbständige Künstler und Publizisten sind aufgrund des Künstlersozialversicherungsgesetzes (KSVG) als Pflichtversicherte in den Schutz der gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung einbezogen.

Wie Arbeitnehmer zahlen sie nur den halben Beitrag; die andere Beitragshälfte wird aus einem Zuschuß des Bundes und aus der sog. Künstlersozialabgabe aufgebracht. Diese Abgabe wird von allen Unternehmen erhoben, die nicht nur gelegentlich Werke oder Leistungen selbständiger Künstler oder Publizisten verwerten (Verlage, Schallplattenhersteller, Rundfunkanstalten etc.). Ein eigener Leistungsträger besteht für die nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten allerdings nicht. Vielmehr sind sie bei einer Allgemeinen Ortskrankenkasse oder einer Ersatzkasse kranken- und bei der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte in Berlin rentenversichert. Von diesen Versicherungsträgern erhalten sie im Versicherungsfall die üblichen Leistungen.

[20]) BAG vom 9. Juni 1993, Az: 5 AZR 123/92, nicht veröffentlicht.

[21]) BVerfG vom 28. Juni 1983. In: BVerfGE 64, 256; BVerfG vom 13. Januar 1982. In: BVerfGE 59, 231.

[22]) Die Sozialversicherung 1992, S. 198ff.

Die organisatorische Durchführung des KSVG obliegt einer besonderen Einrichtung, der Künstlersozialkasse in Wilhelmshaven. Sie hat im wesentlichen die Funktion, die Zugehörigkeit zur Künstlersozialversicherung festzustellen und die Finanzierung abzuwickeln. So stellt die Künstlersozialkasse u. a. die Versicherungspflicht bzw. Versicherungsfreiheit sowie die Abgabepflicht fest und zahlt aus den Beitragsanteilen der Versicherten, der Künstlersozialabgabe und dem Bundeszuschuß die Beiträge an die Versicherungsträger.

Gegen das KSVG und insbesondere gegen die Künstlersozialabgabe wurde noch vor dem Inkrafttreten eine Reihe von Verfassungsbeschwerden erhoben. Die hieraus resultierende langjährige Rechtsunsicherheit ist seit der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 8. April 1987 beseitigt.[23]) Das Gericht hat die Verfassungsbeschwerden im wesentlichen als unbegründet zurückgewiesen und damit die Konzeption der Künstlersozialversicherung als mit dem Grundgesetz vereinbar bestätigt. Durch das Gesetz zur finanziellen Sicherung der Künstlersozialversicherung aus dem Jahre 1987[24]) und das Gesetz zur Änderung des KSVG aus dem Jahre 1988[25]) hat der Gesetzgeber darüber hinaus eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um die organisatorische Abwicklung und die Struktur der Künstlersozialversicherung zu verbessern und die soziale Absicherung der selbständigen Künstler und Publizisten durch das KSVG sicherzustellen. Seit der Neuregelung wird das KSVG von der Landesversicherungsanstalt Oldenburg-Bremen unter der Bezeichnung „Künstlersozialkasse" ausgeführt. Außerdem hat man das Verwaltungsverfahren vereinfacht und die finanzielle Grundlage verbreitert.

Das KSVG stützt sich inzwischen auf eine breite Akzeptanz bei den Versicherten und auch bei den Abgabepflichtigen. Die Künstlersozialversicherung hat sich zu einem anerkannten Teil des Sozialversicherungssystems in Deutschland entwickelt.

Die Zahl der versicherten Künstler und Publizisten ist seit dem Beginn im Jahre 1983 von rd. 12 500 auf jetzt rd. 65 000 (Stand: 31. Dezember 1993) gestiegen. Hierzu gehören auch rd. 6 700 Versicherte aus den neuen Bundesländern, die seit dem 1. Januar 1992 in die Künstlersozialversicherung einbezogen sind. Für das Jahr 1994 wird mit einem Versichertenbestand von insgesamt rd. 70 000 Personen gerechnet. Der jährliche Zuschuß des Bundes ist für das Jahr 1994 mit rd. 85 Mio. DM veranschlagt, d. h. im Durchschnitt mit mehr als 1 200 DM für jeden Versicherten.

[23]) BVerfGE 75, 108 ff.

[24]) Gesetz vom 18. Dezember 1987. In: BGBl. I, S. 2794.

[25]) Gesetz vom 20. Dezember 1988. In: BGBl. I, S. 2606.

3 Aus- und Weiterbildung von Journalisten

3.1 Volontariat

3.1.1 Ausbildungskapazitäten der Medien

Dem freien Zugang zum Beruf des Journalisten entsprechend gibt es verschiedene Ausbildungswege, die in den Journalismus führen.

Der traditionelle Ausbildungsweg ist nach wie vor das Volontariat. 72 % aller Journalisten in den alten und 47 % aller Journalisten in den neuen Bundesländern, die bereits vor 1989/90 in der DDR lebten, haben ein Volontariat bei Presse, Rundfunk oder Nachrichtenagenturen durchlaufen.[26]) Derzeit stehen in den Medien insgesamt rd. 2 425 Ausbildungsplätze zur Verfügung. Die Tageszeitungen fungieren mit 1 300 Volontärsplätzen als der größte Ausbilder, gefolgt von den Zeitschriften (etwa 640 Plätze) und den großen Rundfunkanstalten (230). Regionale und private Hörfunkstationen bieten zusammen rd. 220 Volontärsplätze an. Bei den Nachrichtenagenturen gibt es 35 journalistische Ausbildungsplätze.[27])

3.1.2 Tarifverträge für das Redaktionsvolontariat bei Tageszeitungen und Zeitschriften

Im Mai 1990 einigten sich der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und die Gewerkschaften IG Medien und Deutscher Journalisten Verband (DJV) auf einen „Tarifvertrag über das Redaktionsvolontariat an Tageszeitungen". Dieses Abkommen trat am 1. Juli 1990 mit unkündbarer Laufzeit bis zum 30. Juni 1997 in Kraft. Am 28. Oktober 1990 stimmten dem Tarifvertrag auch die ostdeutschen Zeitungsverlage, die sich dem BDZV angeschlossen hatten, zu. Für den Zeitschriftensektor haben die Mediengewerkschaften und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) am 1. Oktober 1990 einen entsprechenden Vertrag geschlossen. Da die vertraglichen Vereinbarungen in Ziel und Inhalt weitgehend übereinstimmen, ist die nachfolgende Darstellung auf den Ausbildungsvertrag für die Zeitungsvolontäre beschränkt.

Inhaltlich ist der Ausbildungstarifvertrag für Zeitungsvolontäre an den „Bindenden Grundsätzen für das Redaktionsvolontariat" orientiert, die von der Arbeitgeberseite 1981 einseitig verabschiedet wurden und bis zur Verabschiedung des Ausbildungstarifvertrages Gültigkeit besaßen. Der Ausbildungsvertrag enthält folgende Kernpunkte:

- Das Volontariat dauert i. d. R. zwei Jahre und ist in innerbetriebliche und überbetriebliche Ausbildungs-

[26]) Beate Schneider/Klaus Schönbach/Dieter Stürzebecher: Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit. In: Publizistik, 38. Jg., Heft 1/93, S. 5—30, hier S. 15. Zur Berufsausbildung von Journalisten in der DDR vgl. AKM/u. a., Sozialenquête über die Journalisten in den neuen Ländern der Bundesrepublik Deutschland, Band 1 und 2 (siehe Fußnote 8).

[27]) Volker Schulze (Hrsg.): Wege zum Journalismus. Ein Ratgeber für die Praxis. 8., aktualisierte und erweiterte Neuaufl. Bonn 1994.

teile gegliedert. Ein Einführungskursus soll den Volontär mit dem Verlag und seinen Abteilungen vertraut machen und journalistische Grundkenntisse vermitteln. Die praktische Ausbildung im Verlag wird ergänzt durch die Teilnahme des Volontärs an überbetrieblichen Ausbildungsgängen von insgesamt sechswöchiger Dauer und durch verlagsinterne Schulungen, die mindestens einmal monatlich stattfinden sollen.

○ Die Ausbildung erfolgt in mindestens drei Ressorts, von denen zwei verbindlich festgelegt sind (Lokales und Politik/Nachrichten).

○ Jeder ausbildende Verlag hat die Pflicht, einen seiner Redakteure mit der Ausbildung und Betreuung der Volontäre zu beauftragen. Der Anteil Auszubildender an der Redaktion darf das Verhältnis 1:3 nicht überschreiten. Der Volontär soll nicht mit Funktionen eines Redakteurs betraut werden.

Weitere Rahmenbedingungen des Volontariats sind im Manteltarifvertrag für Redakteure an Tageszeitungen bzw. Zeitschriften festgeschrieben. Die Ausbildungsvergütung wird jährlich zwischen den Tarifvertragsparteien im Gehaltstarifvertrag vereinbart.

3.1.3 Tarifvertragliche Regelungen im Rundfunk

In den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wurden die ersten tariflichen Regelungen und Grundsätze für das Volontariat eingeführt. Eine einheitliche Regelung besteht nicht, allgemein gilt jedoch:

○ Das Volontariat dauert i. d. R. 18 Monate.

○ Der Volontär wird in verschiedenen Redaktionen mit Wahl- und Pflichtstationen ausgebildet.

○ Der Auszubildende erhält Gelegenheit, inner- und außerbetriebliche Seminare und Kompaktkurse zu besuchen, wobei die außerbetrieblichen Seminare überwiegend in der von ARD und ZDF gemeinsam getragenen Einrichtung „Zentrale Fortbildung der Programmitarbeiter ARD/ZDF" (ZFP) stattfinden.

○ Zur Ausbildung gehören auch Sprecherziehung und das Auftreten vor der Kamera.

Im privaten Rundfunksektor ist es bisher zu keiner entsprechenden Vereinbarung zwischen den Tarifpartnern gekommen. Gegenwärtig bieten einzelne Anbietergemeinschaften des privaten Rundfunks ihren Volontären und Redakteuren Schulungsmaßnahmen an.

3.1.4 Grundsätze und Empfehlungen von Verbänden und Organisationen

Der hohe öffentliche Auftrag und die gesellschaftliche Verantwortung, die mit dem Beruf des Journalisten verbunden sind, waren für Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände, die Kirchen und andere Interessengruppen in der Vergangenheit Anlaß, Empfehlungen und Leitsätze für die Ausbildung von Journalisten zu formulieren. Diese im letzten Medienbericht vorgestellten Grundsätze haben in den zwischenzeitlich ausgehandelten Ausbildungstarifverträgen ihren Niederschlag gefunden und somit zur Institutionalisierung der beruflichen Ausbildung im Pressebereich und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beigetragen.

Für die tarifvertraglich bislang nicht geregelte Ausbildung in privatwirtschaftlichen Rundfunkunternehmen haben DJV und IG-Medien jeweils ein Richtlinien-Katalog ausgearbeitet. Dieser im August 1991 vorgelegte Entwurf ist im wesentlichen an den Ausbildungstarifverträgen für Zeitungen und Zeitschriften orientiert.

3.2 Journalistenschulen

Ein anderer Weg in den Journalismus führt über die Journalistenschulen, die verschiedene Träger (Verbände, Kirchen, einzelne große Verlage) unterhalten. Die Anzahl der Journalistenschulen ist im Laufe des Berichtszeitraumes vor allem aufgrund der Initiativen der Verlagshäuser auf zehn angestiegen. Sie variieren in den Aufnahmebedingungen, in der Dauer der Ausbildung und in der inhaltlichen Ausrichtung.[28])

Im folgenden sind die einzelnen Schulen mit Sitz und Zielsetzung aufgeführt:

○ Berliner Journalistenschule (Berlin):
journalistische Grundausbildung, Nachwuchsförderung in Berlin,

○ Burda-Journalistenschule (München):
journalistische Grundausbildung mit Schwerpunkt Zeitschriften-Journalismus,

○ Deutsche Journalistenschule e. V. (München):
journalistische Grundausbildung, „Förderung von Begabungen"; zusätzlich und in Kooperation mit der Universität München: Kommunikationswissenschaft und praktischer Journalismus,

○ Henri-Nannen-Schule (Hamburg):
journalistische Grundausbildung in Unterricht und Praktika,

○ Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten (Düsseldorf):
begleitender Unterricht während des Volontariats bei einer der Zeitungen bzw. Zeitschriften des Träger-Verlages,

○ Institut zur Förderung des journalistischen Nachwuchses (IFP) (München):
studien- oder volontariatsbegleitende praktische Ausbildung und Förderung des katholischen Journalistennachwuchses,

○ Journalistenschule Axel Springer (Berlin):
praktische Grundausbildung im Rahmen eines Volontariats und theoretische Ausbildung (Kompakt-, Wirtschafts- und Sprachkurse),

○ Journalistenschule Ruhr (Essen):
volontariatsbegleitende Grundausbildung mit Schwerpunkt Lokal- und Regionaljournalismus,

○ Evangelische Journalistenschule (Berlin):
journalistische Grundausbildung,

○ Bayerische Akademie für Fernsehen (München):
Aufbaustudium für Videoreporter; technische Ausbildung von Kamera-, Ton-, MAZ- und Videotechnikern.

---

[28]) Einzelheiten siehe Schulze, Wege zum Journalismus.

3.3 Fachbezogene Ausbildungsgänge an Universitäten und Hochschulen

Mit dem beschleunigten gesellschaftlichen Wandel und der zunehmenden Differenzierung sämtlicher Lebensbereiche stiegen in den siebziger und achtziger Jahren die Anforderungen an die Sach- und Fachkompetenz der Journalisten. Eine unmittelbare Folge ist die fortschreitende Professionalisierung des Redakteurberufes, mit der die Institutionalisierung der berufsbezogenen Ausbildung in verschiedenen Ausbildungseinrichtungen einhergeht. Die in den vergangenen Jahrzehnten zunächst probeweise eingeführten und dabei teilweise vom Bund finanziell geförderten Modellversuche journalistischer Hochschulausbildung[29]) sind mehrheitlich in den Regelstudienkanon der jeweiligen Universität integriert.

Gegenwärtig existiert folgendes Angebot an berufsbezogenen Studiengängen:

- Journalistik im Hauptfach (München, Dortmund, Eichstätt, Leipzig): Ziel dieses Diplomstudiums ist die Vermittlung kommunikations- und gesellschaftswissenschaftlicher Kenntnisse in Kombination mit journalistischem Sachwissen. In Medienpraktika bzw. in einem Volontariat wird das erworbene Wissen praktisch angewendet und vertieft.
- Theorie- (Marburg) oder praxisorientierte (Bamberg, Hannover, Mainz, Stuttgart-Hohenheim, Marburg, Tübingen) Aufbaustudiengänge. Die Hochschulen Hannover und Hohenheim bieten den Studierenden die Möglichkeit, sich auf einzelne journalistische Ressorts zu spezialisieren (Recht, Wirtschaft, Medizin, u. a.).
- Magisterstudiengang Kommunikations-/Publizistikwissenschaft, im Haupt- oder Nebenfach zu belegen. Das Studium ist primär auf die Forschung im Medienbereich ausgerichtet, der Anteil praktischer Lehrinhalte im Studium ist je nach Universität verschieden (Augsburg, Berlin, Bochum, Dresden, Düsseldorf, Göttingen, Leipzig, Mainz, Marburg, München, Münster).
- Journalistik als Nebenfach zu einem geistes-, sozial- oder naturwissenschaftlichen Hauptfach (Bamberg, Gießen, Hamburg, Lüneburg). Seit 1983 können Studierende im Rahmen des Diplom-Sportlehrerstudiengangs an der Deutschen Sporthochschule Köln den Studienschwerpunkt „Alternatives Profil Sportpublizistik" belegen.

Die Hochschulen in den fünf neuen Bundesländern befinden sich noch in der Aufbauphase. Die zentrale Ausbildungseinrichtung der ehemaligen DDR, die Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig („Rotes Kloster"), wurde aufgelöst, ein neuer Fachbereich für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig eingerichtet. Seit Mai 1993 bietet die TU Dresden den Studiengang Kommunikationswissenschaft an.

Studienbegleitende journalistische Ausbildungsmöglichkeiten werden von verschiedenen Bildungseinrichtungen angeboten. Dazu gehören z.B. das Münchner Institut zur Förderung des Publizistischen Nachwuchses, die Evangelische Medienakademie in Frankfurt am Main, das Institut für Begabtenförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung und die mit dem Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung der Universität Passau kooperierende Dr.-Hans-Kapfinger-Stiftung in Passau.

3.4 Weiterbildungseinrichtungen

Nicht nur dem Berufsanfänger, sondern auch dem praktizierenden Journalisten stellt sich die Aufgabe, die eigene Sach- und Fachkompetenz kontinuierlich zu erweitern und auszubauen. Zahlreiche Verbände, Parteien und Stiftungen bieten Journalisten Fortbildungsveranstaltungen auf bestimmten Sachgebieten an. Eine fachbezogene journalistische Weiterbildung ist an verschiedenen Instituten möglich. Im Berichtszeitraum haben die Fachverbände der anhaltenden großen Nachfrage nach Fortbildungsmöglichkeiten mit folgenden Maßnahmen entsprochen:

Der DJV gründete 1986 ein eigenes Bildungswerk, das arbeitnehmerorientierte Zielgruppenseminare für Journalisten und Diskussionsrunden zu Fragen der Berufs- und Medienpolitik veranstaltet. Die 1989 vom BDZV gegründete „Arbeitsgemeinschaft berufliche Bildung" organisiert Weiterbildungsseminare und wissenschaftliche Gesprächsrunden.

Als Fördereinrichtung zur europaweiten Aus- und Weiterbildung wurde im Juli 1991 auf Verlegerinitiative das Erich-Brost-Institut in Dortmund gegründet. Eines der Hauptziele dieser mit dem Institut für Journalistik der Universität Dortmund kooperierenden Einrichtung besteht darin, angehenden sowie praktizierenden Journalisten Einblicke in die Arbeitsweise der Medien in den europäischen Nachbarstaaten zu ermöglichen und Grundlagen für künftige grenzübergreifende Arbeitskontakte zu liefern.

Alle einschlägigen Institute veranstalten z. Zt. Kurse in den neuen Bundesländern. Die 1991 bis 1993 auf Initiative des Georg-von-Holtzbrinck-Verlages gegründeten und von Journalisten, Medienwissenschaftlern, Verlegern und interessierten Bürgern getragenen „Journalisten-Bildungsinstitute" in Thüringen, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Brandenburg bieten Berufsanfängern wie -praktikern ein breites Seminar- und Veranstaltungsprogramm zu Grundfragen der journalistischen Praxis, zu Medienrecht und Berufsethik.

Der mit finanzieller Förderung der Bundesregierung 1979 an der Freien Universität Berlin eingeführte Modellstudiengang für Journalistenweiterbildung wurde 1988 in das reguläre Studienangebot der Universität eingegliedert.

Einige Fachstiftungen vergeben Stipendien für Weiterbildungsmaßnahmen, Forschungsvorhaben und Medienpraktika im Ausland.

3.5 Maßnahmen in Trägerschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Das Angebot der seit 1977 bestehenden Zentrale Fortbildung Programm (ZFP) mit Sitz in Wiesbaden

[29]) Vgl. Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 143 f.

und Hannover, die die Fortbildung bei ARD und ZDF für die Mitarbeiter im Programmbereich organisiert, enthält schwerpunktmäßig Seminare zu den Themenkomplexen „Journalistisches Handwerk" und „Programmform und -inhalt". Kurse, die die neuen technischen Entwicklungen, das Programmumfeld, Serviceleistungen oder bestimmte Sachgebiete zum Gegenstand haben, runden das Angebot ab. 1993 standen der ZFP Finanzmittel in Höhe von etwa 4 Mio. DM zur Verfügung. Der in den letzten Jahren zu beobachtende Anstieg der Nachfrage nach den von der ZFP vorwiegend eigenständig oder in direkter Zusammenarbeit mit Rundfunkanstalten und anderen Institutionen angebotenen Fortbildungsmaßnahmen hält unvermindert an.

Die Schule für Rundfunktechnik (SRT) mit Sitz in Nürnberg bildet Mitarbeiter/innen für den technischen Betrieb der Rundfunkanstalten aus und fort. Ein weiteres Aufgabengebiet der SRT neben der Abwicklung von Aus- und Fortbildungsveranstaltungen bildet die Konzeption von Lernmitteln für den rundfunktechnischen Bereich. Im Jahre 1992 hat man den Ausbildungsgang „Bildtechnik" durch den Modellversuch „Ausbildung zum Fernsehtechnischen Assistenten" ersetzt, an dem Nachwuchstechniker teilnehmen können.

3.6 Fördermaßnahmen des Bundes

3.6.1 Allgemeine Förderung

Trotz des in den vergangenen Jahrzehnten zu verzeichnenden Anstiegs des Bildungsniveaus und der Fachkenntnisse von Journalisten ist der quantitativen wie qualitativen Verbesserung der Aus- und Fortbildung dieser Berufsgruppe angesichts des fortschreitenden gesellschaftlichen Wandels weiterhin Rechnung zu tragen. Bund und Länder fördern deswegen nach wie vor verschiedene Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Da die Regelung und Gestaltung des Medienbereichs Angelegenheit der Länder ist, beschränkt sich die Förderung der Journalistenausbildung durch die Bundesregierung auf Einzelvorhaben.

1993 stellte die Bundesregierung Aus- und Fortbildungsstätten insgesamt 481787 DM als projektgebundene Zuschüsse zur Verfügung. Zu den Empfängern zählen insbesondere die Deutsche Journalistenschule in München und folgende überbetrieblichen Ausbildungs- bzw. Weiterbildungsstätten: das Deutsche Institut für publizistische Bildungsarbeit/Haus Busch in Hagen, die Akademie für Publizistik in Hamburg und die Evangelische Medienakademie/cpa in Frankfurt am Main. Auch 1994 stellt die Bundesregierung wieder Mittel zur projektgebundenen Förderung der journalistischen Bildungseinrichtungen bereit.

Zum Kreis der geförderten Institutionen gehört auch die Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin. Sie wird vom Bund und dem Land Berlin zu gleichen Teilen getragen. Die Akademie hat die Aufgabe, Kenntnisse über Film und Fernsehen zu vermitteln und die künstlerische Entwicklung des Films und des Fernsehens zu fördern. Vorrangiges Ziel ist es, denjenigen, die selbständig und unabhängig in der Filmwirtschaft arbeiten wollen, eine theoretische und praktische Basis für ihre spätere berufliche Tätigkeit zu vermitteln. Die Schwerpunkte der Ausbildung liegen in den Fachrichtungen Regie, Kamera und Drehbuch. Das Studium dauert acht Semester. 1993 hat der Bund für die Film- und Fernsehakademie 3996000 DM aufgewendet. Für die Zukunft ist die Abtretung der Bundesanteile an das Land Berlin geplant.

Seit 1975 trägt die Bundeszentrale für politische Bildung mit einem breitgefächerten Programm zur Fortbildung insbesondere von Lokaljournalisten bei. In Kooperation mit dem aus Fachleuten zusammengesetzten Beratergremium „Projektteam Lokaljournalisten" und der „Initiative Tageszeitung e. V.", einem 1986 von Journalisten und Verlegern zum Zweck der weiteren Professionalisierung des Lokaljournalismus gegründeten Vereins, veranstaltet die Bundeszentrale Modellseminare, in deren Vorbereitung, Gestaltung und Auswertung ausgewählte Repräsentanten des Lokaljournalismus einbezogen sind. Das Seminarprogramm wird ergänzt durch verschiedene Publikationen: Das Handbuch „ABC des Journalismus" vermittelt journalistisches Basiswissen, der jährlich erscheinende „Almanach Lokalredaktion" enthält Trends, Konzepte und Beiträge zum journalistischen Selbstverständnis. Aktuelle Sachthemen werden in der Buchreihe mit dem Titel „Themen und Materialien für Journalisten" aufbereitet. Der von der „Initiative Tageszeitung" herausgegebene und alle zwei Wochen erscheinende Pressedienst „Drehscheibe" liefert thematische Anregungen und stellt qualifizierte Arbeiten von Lokaljournalisten vor. 1993 betrug der Etat der Bundeszentrale für politische Bildung für Aktivitäten im Rahmen des Lokaljournalistenprogrammes ca. 1,2 Mio. DM.

Der expandierende Medienbereich bietet gute Beschäftigungschancen für Hochschulabsolventen mit geeigneter kultur- und sozialwissenschaftlicher Qualifikation. Deshalb hat die Gesamthochschule Siegen im Juni 1990 den Modellstudiengang „Medienplanung, -entwicklung und -beratung" eingerichtet. Der Diplomstudiengang ist zunächst auf einen Zeitraum von fünf Jahren (Durchgang eines achtsemestrigen Studiums mit anschließender dreimonatiger Prüfungsphase) befristet und wird vom Bund mit insgesamt 747400 DM gefördert. Das Curriculum ist anwendungsbezogen: Zu den Ausbildungsinhalten gehören die Herstellung von Produkten in den unterschiedlichen Mediengattungen (Programme, Buchreihen usw.) und die Vermittlung von Fachkenntnissen in Betriebs- und Naturwissenschaft, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.

3.6.2 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Journalisten in den neuen Bundesländern

Mit dem politischen Umbruch in der DDR war ein tiefgreifender Wandel der dortigen journalistischen Arbeitsbedingungen verbunden. Um den durch die veränderte Situation entstandenen Bedarf an zusätzlicher fachlicher Qualifikation und Sachkenntnis

möglichst zügig und sachgerecht zu decken, unterstützt die Bundesregierung seit 1990 mehrere Bildungsinstitutionen bei der Veranstaltung von Aus- und Weiterbildungsvorhaben für ostdeutsche Journalisten bzw. fördert deren Teilnahme am bestehenden Weiterbildungsangebot.

Zu den von der Bundesregierung finanziell unterstützten Veranstaltungen dieser Art gehörten u. a.:

- Weiterbildungsseminare in den Bereichen Lokaljournalismus, Kommunalpolitik und -verwaltung;
- Seminare und Studienfahrten zur Einführung in das politische System der Bundesrepublik Deutschland, in die Funktions- und Arbeitsweise der politischen Organe sowie zur Kommunikation von Politikern und Medienvertretern;
- Kurse zu Fragen des Presserechts, des Zeitungsmanagements sowie reguläre Ausbildungskurse der von Arbeitgebern bzw. -nehmern getragenen Bildungseinrichtungen;
- Workshops zu Arbeitstechniken resp. arbeits-, steuer- und sozialrechtlichen Problemen des freiberuflichen Journalismus, zu organisatorischen und inhaltlichen Fragen der in der ehemaligen DDR mit der Wiedervereinigung neu eingeführten (über-)betrieblichen Ausbildung von Volontären.

Eine verbesserte Koordination der von der Bundesregierung geförderten Weiterbildungsmaßnahmen für Journalisten in den neuen Bundesländern und ein intensiver Erfahrungsaustausch zwischen deren Trägern waren die Zielsetzungen eines vom Bundespresseamt am 12. März 1991 veranstalteten Kolloquiums, an dem Vertreter von Journalisten- und Verlegerverbänden, Journalistenschulen, Bildungseinrichtungen, Stiftungen und Hochschulen teilnahmen. Der zukünftige quantitative Bedarf an Fortbildungsmaßnahmen und Fragen zur inhaltlichen Ausrichtung der Seminare wurden ebenso diskutiert wie die wirtschaftliche Lage ostdeutscher Zeitungen und das praktische Umfeld des Journalismus.

Das Handbuch „Journalismus für die Praxis“, das am Lehrstuhl für Journalistik/Kommunikationswissenschaft an der Universität Stuttgart-Hohenheim mit redaktioneller und finanzieller Unterstützung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung entstand, informiert über die wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen des Journalismus, über Anforderungen des Medienmanagements und -marketings und führt in die journalistischen Arbeitstechniken ein.

G. Internationale medienpolitische Fragen und Abkommen — Internationales Medienrecht

I. Überblick

1 Entwicklung der Medien im internationalen Bereich

Die europäische Medienlandschaft hat im Berichtszeitraum tiefgreifende strukturelle Veränderungen erfahren. Dies ist sowohl auf die Änderung politischer Verhältnisse als auch auf die Entwicklung und Markteinführung neuer Technologien zurückzuführen.

1.1 Westeuropa

In nahezu allen europäischen Staaten wurde eine duale Rundfunkordnung aus öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern geschaffen bzw. steht deren Einrichtung bevor. Fernsehprogramme privater Veranstalter haben teilweise bereits die Marktführerschaft übernommen, öffentlich-rechtliche Anbieter befinden sich in schwierigen Anpassungsprozessen.

Zahlreiche Rundfunksatelliten wurden im Weltraum positioniert, die Empfangstechnik erheblich verbessert und die Haushalte in vielen Ländern Europas großflächig verkabelt. Damit bestehen die technischen Voraussetzungen für die Ausstrahlung und den Empfang ausländischer Fernseh- und Hörfunkprogramme in allen Staaten Europas, der früher i. d. R. nur in den Grenzbereichen von Nachbarstaaten durch terrestrischen „overspill" möglich war.

Trotz der gegebenen technischen Möglichkeiten hat sich jedoch bis heute kein bedeutender Gemeinsamer europäischer Fernsehmarkt herausgebildet: Europa ist nach wie vor weitgehend in nationale oder allenfalls sprachraumbezogene Märkte segmentiert, dominiert von nationalen Programmen. Fremdsprachige Rundfunkanbieter erreichen nur in wenigen Ländern mit einer traditionell über gute Fremdsprachenkenntnisse verfügenden Bevölkerung (z. B. in den nordischen Staaten) signifikante Marktanteile.[1]) Die Entwicklung gesamteuropäisch ausgerichteter Programme befindet sich noch in den Anfängen. Eine gefestigte Marktposition konnten bisher nur Programme erringen, bei denen die sprachliche Information von untergeordneter Bedeutung ist (z. B. Sport- und Musikkanäle).

Im Pressebereich zeigt sich ein ähnliches Bild: Hier haben sich Medienunternehmen mit wenigen Ausnahmen darauf beschränkt, das Konzept erfolgreicher Inlandstitel zu exportieren und das entsprechende Presseerzeugnis unter Anpassung an nationale Gegebenheiten im jeweiligen ausländischen Markt zu produzieren.

Gleichzeitig haben sich aber die grenzüberschreitenden Aktivitäten von Medienunternehmen durch Gründung von Tochterfirmen und den Aufkauf von oder — soweit gesetzliche Beschränkungen eingreifen — Beteiligungen an ausländischen Medienunternehmen verstärkt. An diesem Prozeß nehmen auch außereuropäische Unternehmen teil. Die Einführung von Marktwirtschaft und dualer Rundfunkordnung auch in mittel- und osteuropäischen Staaten hat weitere Expansionsmöglichkeiten eröffnet. Sie werden besonders in den Visegrad-Staaten[2]) genutzt.

1.2 Mittel- und Osteuropa

Die politischen Umwälzungen in Mittel- und Osteuropa haben namentlich in den Staaten des ehemaligen Warschauer Paktes und in den Nachfolgestaaten der früheren Sowjetunion (NUS) zu tiefgreifenden Veränderungen der Mediensituation geführt. Parallel zur Einführung demokratischer Verhältnisse vollzieht sich in diesen Staaten ein schwieriger und — nach Verzicht auf staatliche Lenkung der Medienunternehmen — vermutlich noch mehrere Jahre in Anspruch nehmender Aufbau einer pluralistischen Medienlandschaft. Den westlichen Staaten kommt dabei die Aufgabe zu, die neuen Demokratien in diesem für die weitere politische Entwicklung essentiellen Prozeß durch die Vermittlung von Erfahrungen zu unterstützen, die sie bei der Gestaltung ihrer eigenen Medienordnungen gemacht haben.

Westliche Medienunternehmen haben bedeutenden Anteil am Aufbau staatsunabhängiger Medien in den mittel- und osteuropäischen Staaten, da sie über den publizistischen und wirtschaftlichen Sachverstand verfügen, der sich dort aufgrund der jahrzehntelangen staatlichen Lenkung bzw. Reglementierung von Presse, Hörfunk und Fernsehen nicht oder nur unzureichend hat entwickeln können.

1.3 Verstärkte medienpolitische Aktivitäten auf europäischer Ebene

Aufgrund dieser Entwicklungen haben die medienpolitischen Aktivitäten internationaler und europäischer Organisationen erheblich zugenommen. Insbesondere war es notwendig, auf europäischer Ebene einen rechtlichen Rahmen für das Fernsehen bereitzustellen. Er soll vermeiden, daß unterschiedliche nationale Regelungen den freien Informations-

[1]) Vgl. Jochen Zimmer: Satellitenfernsehen in Deutschland. ASTRA auf dem Weg zu einem Standardübertragungsmedium. In: Media Perspektiven, Heft 8/93, S. 358—65.

[2]) PL, SK, U, TCH.

fluß über die Grenzen hinweg behindern. Der Europarat und die Europäische Gemeinschaft (EG) haben hierfür mit dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen vom 5. Mai 1989, mit der EG-Fernsehrichtlinie vom 3. Oktober 1989 sowie den ergänzenden urheberrechtlichen Regelungen die rechtlichen Voraussetzungen geschaffen.[3])

Gleichzeitig wurden Maßnahmen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der audiovisuellen Industrie Europas ergriffen. Hierzu zählen insbesondere die Bemühungen um die Festlegung einer zukunftssicheren Fernsehnorm sowie die Einrichtung von Förderprogrammen für die Programmindustrie.

1.4 Veränderungen im globalen Rahmen

Nachhaltige Veränderungen der Medienlandschaft sind für den Berichtszeitraum auch im globalen Rahmen zu verzeichnen.

Die grenzüberschreitende Verflechtung von Medienunternehmen über mehrere Kontinente hat merklich zugenommen. Dabei spielen inzwischen neben den transatlantischen Verflechtungen auch die Beziehungen von asiatischen Unternehmen zu europäischen und amerikanischen Unternehmen eine größere Rolle. Die allgemeine Wirtschaftsentwicklung führt zusammen mit der weltweiten Einführung der Satellitentechnik zum Entstehen neuer bedeutender Medienmärkte insbesondere in Asien[4]), an deren Erschließung auch europäische Unternehmen Anteil haben.

Die Politik erkennt (das hat sich im Berichtszeitraum gerade auf internationaler Ebene gezeigt) in den elektronischen Medien nicht nur ein wesentliches Element in der Meinungsbildung in demokratischen Staaten, sondern mehr und mehr auch einen bedeutenden Wirtschaftssektor. Ausdruck dieser sich wandelnden Betrachtungsweise ist das Gewicht, das dem audiovisuellen Sektor in den GATT-Verhandlungen zukam.

2 Grundsätze der Bundesregierung für die europäische und internationale Medienpolitik

Die internationale Medienpolitik der Bundesregierung beruht auf dem Grundsatz des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses. Die Bundesregierung stellt mit Befriedigung fest, daß bei dessen weltweiter Anerkennung und Durchsetzung im Berichtszeitraum deutliche Fortschritte zu verzeichnen sind. Hierzu haben die Beendigung der jahrzehntelangen Auseinandersetzung um die „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung" in der UNESCO, die Unterstützung des Grundsatzes eines freien Informationsflusses in den KSZE-Verhandlungen und der Erlaß freiheitlicher Mediengesetze in mittel- und osteuropäischen Staaten wesentlich beigetragen. Die Bundesregierung wird weiterhin darauf hinwirken, daß noch bestehende Defizite möglichst bald beseitigt werden. Sie wird ihre Hilfe bei der Entwicklung eines freiheitlichen Mediensystems in den Ländern Mittel- und Osteuropas und der Dritten Welt fortsetzen.

Der Stand der Rundfunktechnik läßt eine allein national ausgerichtete Medienpolitik nicht mehr zu. Die mit der bevorstehenden Digitalisierung zu erwartenden neuen Möglichkeiten setzen eine noch stärkere internationale Zusammenarbeit voraus, um die medienpolitischen Zielsetzungen rechtzeitig wirksam werden zu lassen.

Die Bundesregierung ist daher in enger Abstimmung mit den Ländern frühzeitig für eine europäische Rahmenordnung im Rundfunkbereich eingetreten, die europäischen Veranstaltern die Wahrnehmung der durch die Technik gegebenen Chancen in geordnetem Wettbewerb ermöglicht und die besondere kultur- und gesellschaftspolitische Funktion des Rundfunks beachtet. Hierbei hat sie aus Kompetenzgründen, vor allem aber deshalb, weil dem Europarat erheblich mehr Staaten angehören, der dort zu erarbeitenden Lösung den Vorzug vor Rechtsinstrumenten der Europäischen Union (EU) gegeben. Sollten weitere Instrumente erforderlich sein, wird sich die Bundesregierung in beiden Organisationen an der Entwicklung aktiv beteiligen. Dabei wird sie unter Beachtung ihrer inter- und supranationalen Verpflichtungen sicherstellen, daß eine sich herausbildende europäische Ordnung der Medien und insbesondere des Rundfunks dem besonderen verfassungsrechtlichen Schutz Rechnung trägt, den Presse und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland genießen.

II. Entwicklungen im einzelnen

1 Vereinte Nationen (VN/UN)

Die Bundesrepublik Deutschland gehört zu den Gründungsmitgliedern des Informationsausschusses der Vereinten Nationen (VN/UN), dessen Einsetzung 1978 die 33. Generalversammlung (GV) beschlossen hat. Den Informationsausschuß hat die Mehrheit der Entwicklungsländer und des ehemaligen Ostblocks zunächst als politisches Forum genutzt, eine die Medienfreiheit begrenzende „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung" zu propagieren. Die darin enthaltenen ideologisch gefärbten Vorstellungen stießen auf den Widerstand der westlichen Staaten und blockierten über 20 Jahre lang eine fruchtbare medienpolitische Zusammenarbeit innerhalb der VN. Seit Mitte der achtziger Jahre zeichnete sich, begünstigt durch den Wandel des Ost-West-Verhältnisses, ein Einschwenken der Befürworter der „Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung" auf eine pragmatischere Linie ab, die schließlich in einen weitgehenden Konsens über die medienpolitischen Ziele der VN mündete.

Die Bundesregierung unterstützt die in den einschlägigen GV-Resolutionen der vergangenen Jahre (zu-

[3]) Vgl. hierzu die Kapitel G.II.7.2, G.II.8.2.2 sowie G.III.

[4]) Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Nr. 9 vom 28. Januar 1994, S. 69 f.

letzt: Nr. 47/73 vom 14. Dezember 1992[5]) zum Ausdruck kommende Verpflichtung auf das Prinzip weltweiter Informations- und Pressefreiheit. Dies schließt die Förderung unabhängiger und pluralistischer Medien insbesondere in den Entwicklungsländern ein. Im Rahmen von Medienprojekten sollen in enger Zusammenarbeit mit der UNESCO bestehende Disparitäten besonders im Infrastrukturbereich sowie bei der Aus- und Fortbildung von Medienfachleuten beseitigt werden, um den „free flow of information" zu garantieren und zu einer demokratischen Entwicklung dieser Staaten beizutragen.

Die Versachlichung der Medienarbeit der Vereinten Nationen fand 1992 ihren Niederschlag im VN-Informationsausschuß, als dieser über eine Steigerung der Effizienz des Systems der VN-Informationszentren (United Nations Information Centers – UNICS) diskutierte. Der Aufgabenbereich der UNICS umfaßt die Verbreitung von Informationen über die VN, die Medienbetreuung, die Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Gruppen, Institutionen und Bildungseinrichtungen und die Verbindung zur jeweiligen Gastregierung als Vertretung des VN-Sekretariats. Besonders kontrovers wurden in diesem Zusammenhang folgende Punkte diskutiert:

- organisatorische Zusammenfassung bisher selbständiger VN-Informationszentren mit anderen VN-Büros;
- ausgewogenere Ressourcenverteilung unter den bestehenden Zentren;
- pragmatischere Verfahrensweisen für die Eröffnung neuer Zentren.

Die Bundesregierung unterstützt die Bemühungen um eine Restrukturierung der VN-Informationszentren.

2 UNESCO/IPDC

Die oben angesprochene Auseinandersetzung über eine „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung" ließ sich 1989 auf der 25. Generalkonferenz der UNESCO (United Nations Organization of Education, Science and Culture) mit einem Bekenntnis zum unteilbaren Prinzip der Meinungs- und Pressefreiheit beilegen. Der Beschluß enthält als wesentliche Elemente:

- Förderung eines freien Informationsflusses;
- Sicherstellung einer breiten und ausgewogenen Verbreitung von Informationen ohne Beeinträchtigung der Meinungsfreiheit;
- Ausbau der Kommunikationskapazität in den Entwicklungsländern.

Auf Seminaren der UNESCO zur Meinungs- und Pressefreiheit in Osteuropa (Paris, Februar 1990), Afrika (Windhuk, Mai 1991) und Asien (Alma Ata, Oktober 1992) wurden diese Prinzipien bekräftigt. Die auf dem Seminar in Windhuk verfaßte und als „Erklärung von Windhuk" bekanntgewordene Grundsatzdeklaration vom 3. Mai 1991[6]) ist als richtungweisend für die Entwicklung unabhängiger und pluralistischer Medien nicht nur in Afrika zu bezeichnen. Die Generalkonferenz der UNESCO im Jahre 1991 hat mit dem einstimmig gefaßten Beschluß, den 3. Mai zum „Internationalen Tag der Pressefreiheit" zu erklären, die weltweite medienpolitische Bedeutung dieser Deklaration gewürdigt.

Die Bundesregierung begrüßt die seit der grundsätzlichen Neuorientierung festzustellende Konzentrierung der Medienarbeit der UNESCO auf Projekte, die den Bedürfnissen der Entwicklungsländer stärker entsprechen und den Aufbau einer freien, unabhängigen und pluralistischen Medienlandschaft dort nachhaltig fördern. Im Rahmen des zentralen Hilfsprogramms IPDC (International Programme for the Development of Communication) trägt die Bundesregierung maßgeblich zur Finanzierung der Medienhilfe der UNESCO bei, deren Schwerpunkt sich zunehmend von Infrastrukturmaßnahmen auf die Ausbildung von Medienfachleuten verlagert. Die Mitgliedschaft im zwischenstaatlichen Rat des IPDC, dem die Bundesrepublik Deutschland neben 34 weiteren Staaten angehört, gibt ihr ein angemessenes Mitspracherecht bei allen wichtigen Entscheidungen. Der weitaus überwiegende Teil der deutschen Leistungen, die sich seit Gründung des IPDC im Jahre 1980 auf über 16 Mio. US-Dollar belaufen, fließt in sog. Treuhandprojekte (Fund-in-Trust-Projects), die die Bundesregierung maßgeblich finanziert und mitbestimmt. 1992 und 1993 hat Deutschland erstmals zusätzliche Mittel in das „special account" des IPDC eingezahlt. Die Kontrolle über den Einsatz dieser Mittel liegt unmittelbar beim zwischenstaatlichen Rat des IPDC. Die Bundesregierung beabsichtigt, die Medienarbeit der UNESCO im Rahmen ihrer Möglichkeiten auch weiterhin zu fördern.

3 KSZE

Bis zum Zusammenbruch der kommunistischen Regime in Osteuropa bestimmte der Ost-West-Konflikt auch die informations- und medienpolitischen Diskussionen in der KSZE (Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa). Dem von den westlichen Demokratien vertretenen Prinzip der Medienfreiheit und dem aus dem Recht auf Informations- und Meinungsfreiheit abgeleiteten Grundsatz des freien grenzüberschreitenden Informationsflusses setzten die osteuropäischen Staaten ihr Konzept der staatlichen Informationssouveränität entgegen, das zur Rechtfertigung staatlicher Eingriffe in den grenzüberschreitenden Informationsverkehr diente. Mit dem Bekenntnis der KSZE-Staaten zum „freien Informationsfluß" hat dieser Konflikt ein Ende gefunden.

Der neue Konsens manifestierte sich erstmalig auf der Kopenhagener Konferenz über die menschliche Dimension der KSZE im Jahre 1990. Dort bekräftigten die Teilnehmerstaaten, jeder Mensch habe Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließe „die Meinungsfreiheit und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten und Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne

[5]) Resolutions and Decisions adopted by the General Assembly during its 47th Session. Band 1, S. 104.

[6]) UNESCO heute, 38. Jg. 1991, S. 185—187.

Rücksicht auf Landesgrenzen ein".[7]) Die auf dem KSZE-Gipfeltreffen im November 1990 verabschiedete „Charta von Paris für ein neues Europa"[8]) hob hervor: der freie Fluß von Informationen und Gedanken ist ausschlaggebend für den Fortbestand und die Entwicklung freier Gesellschaften und lebendiger Kulturen. Schließlich wurde im Helsinki-Dokument von 1992 niedergelegt, daß Verpflichtungen, die ein Staat im Bereich der menschlichen Dimension der KSZE eingegangen ist, nicht als eine ausschließlich innere Angelegenheit des betreffenden Staates anzusehen sind.

Die Bundesregierung wertet diese Ergebnisse als Erfolg und mißt auch der derzeit laufenden Diskussion über die Bedeutung der Medien für den Aufbau einer stabilen Demokratie große Bedeutung bei. Sie hat sich aktiv an dem im November 1993 vom Büro für demokratische Institutionen und Menschenrechte in Warschau organisierten KSZE-Seminar zum Thema „Freie Medien" beteiligt.

4 GATT

Am 15. Dezember 1993 haben die Staaten der Welt in Genf die GATT(General Agreement on Tariffs and Trade)-Verhandlungen in der Uruguay-Runde erfolgreich abgeschlossen. Eines der wesentlichen Ziele der Verhandlungen bestand darin, ein neues multilaterales Regelwerk für den internationalen Dienstleistungshandel zu schaffen und eine weltweite progressive Liberalisierung in diesem Wachstumsbereich einzuleiten. Dies ist mit dem Abschluß des Rahmenabkommens „General Agreement on Trade in Services" (GATS) gelungen. Es umfaßt alle international gehandelten Dienstleistungen und damit auch den audiovisuellen Bereich, insbesondere Film und Fernsehen.

Das GATS verpflichtet alle Mitglieder der neugegründeten Welthandelsorganisation (World Trade Organization – WTO) zur Meistbegünstigung und zur Einhaltung individuell ausgehandelter Liberalisierungsverpflichtungen über Marktzugang und Inländerbehandlung. Es sieht weitere Verhandlungsrunden über zusätzliche Liberalisierungsschritte vor, deren erste nicht später als fünf Jahre nach Inkrafttreten des GATS beginnen soll.

Für die audiovisuellen Dienstleistungen ergeben sich aus dem Abkommen folgende Konsequenzen:

1. Meistbegünstigung (Art. II):
Die Kommission der Europäischen Union hat für die Europäische Union und für die Mitgliedstaaten einen allgemeinen, unbefristeten Vorbehalt eingelegt. Er erlaubt es, in der Medienpolitik Drittstaaten unterschiedlich zu behandeln, mit ihnen etwa Kooperationsverträge abzuschließen oder sie an Förderinstrumenten zu beteiligen. Die Meistbegünstigungsverpflichtung wird damit für den audiovisuellen Bereich nicht wirksam.

2. Marktzugang und Inländerbehandlung (Art. XVI und XVII):
Verpflichtungen aus dem Abkommen ergeben sich nur insoweit, als die Vertragsparteien besondere Liberalisierungsverpflichtungen eingegangen sind. Die Europäische Union hatte angeboten, die europäischen und nationalen Fernsehquoten, also die Verpflichtungen der Fernsehveranstalter zur anteiligen Ausstrahlung europäischer Werke, nicht zu erhöhen und hatte dafür die Aufnahme einer Vorschrift in das Rahmenabkommen verlangt, die zur Abwehr zukünftiger Liberalisierungsforderungen für den audiovisuellen Bereich den Berufungsgrund der „kulturellen Besonderheit" einführen sollte.

Da die Vereinigten Staaten von Amerika als Hauptbetroffene und -interessenten das Angebot für unzureichend befunden haben, zog die Kommission in der Schlußphase der Verhandlungen ihr Angebot zurück. Folglich haben die Europäische Union und ihre Mitgliedstaaten keinerlei Verpflichtung im Bereich Marktzugang und Inländerbehandlung übernommen; im Abkommen ist aber auch keine besondere Kulturklausel für den audiovisuellen Bereich enthalten.

3. Film- und Fernsehförderung:
Das Abkommen erkennt das Recht der Vertragsparteien an, Dienstleistungen zu regulieren und zu subventionieren. Eine Verpflichtung zum Abbau von Subventionen ist — und war — nicht vorgesehen. Art. XV erkennt an, daß Subventionen in bestimmten Fällen wettbewerbsverzerrende Wirkung haben können; deshalb sind die WTO-Mitglieder verpflichtet, später über die notwendigen multilateralen Regeln zu verhandeln, um solche Wirkungen zu vermeiden. Außerdem kann ein Mitglied von einem anderen Konsultationen verlangen, wenn es sich durch Subventionen geschädigt fühlt. Nach Ansicht der Bundesregierung gibt es aber angesichts der marktbeherrschenden Stellung des amerikanischen Films in Europa[9]) keinen Anlaß, gegenüber der europäischen Filmförderung unter irgendeinem denkbaren Aspekt wettbewerbsverzerrende Wirkungen geltend zu machen.

Die Bundesregierung hat in enger Abstimmung mit den Bundesländern während der Verhandlungen durchgehend und erfolgreich die Position vertreten, daß die GATS-Verhandlungen im audiovisuellen Sektor nur solche Verpflichtungen mit sich bringen dürften, die den politischen Gestaltungsspielraum für die nationale Rundfunkordnung und die Film-, Fernseh- und Videoförderung unangetastet lassen.

5 OECD

Der Ministerrat der OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) hat am 8. Juli 1988 beschlossen, die Verpflichtungen aus dem „Li-

---

[7]) Dokument des Treffens der Konferenz über die menschliche Dimension der KSZE in Kopenhagen vom 29. Juni 1990. Abgedruckt in: Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Nr. 88 vom 4. Juli 1990, S. 757 f.

[8]) Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Nr. 137 vom 24. November 1990, S. 1409 f.

[9]) Vgl. dazu auch Kapitel B.V.1.

beralisierungskodex für unsichtbare Transaktionen" (Code of Liberalization of Current Invisible Operations) für den Film auf den gesamten audiovisuellen Bereich auszudehnen.[10]) Mit dieser Entscheidung verpflichten sich die Mitgliedstaaten, Behinderungen des grenzüberschreitenden Verkehrs audiovisueller Werke zu beseitigen (Art. 1).

Annex A des Kodex spezifiziert diese Verpflichtungen. Nach Annex IV zu Annex A ist es zulässig, in den Bereichen Produktionshilfen und Quoten Beschränkungen unter bestimmten Bedingungen beizubehalten. Im Annex IV werden darüber hinaus die Verpflichtungen im Bereich Steuern und Abgaben, Koproduktionen und Urheberrecht näher bestimmt. Die Mitgliedstaaten können hinsichtlich ihrer Verpflichtungen aus dem Kodex unilaterale Vorbehalte einlegen.

Eine vom Ausschuß für Kapitalbewegungen und unsichtbare Transaktionen eingesetzte Expertengruppe für audiovisuelle Medien ist zu dem Ergebnis gekommen, daß die 1988 beschlossenen neuen Verpflichtungen durch die Entwicklung teilweise überholt sind und die sehr komplexen Regeln des Annexes IV daher grundsätzliche Interpretationsschwierigkeiten aufwerfen. Eine Revision und Aktualisierung des Annexes IV sollte nach Ansicht der Experten aber erst dann erfolgen, wenn die Ergebnisse der Uruguay-Runde für den audiovisuellen Sektor bekannt sind. Die Expertengruppe ist daher 1992 übereingekommen, den Ausschuß um ein neues Mandat nach Abschluß der Uruguay-Runde zu bitten. Da sich grundlegende Differenzen über die Liberalisierung im Bereich der audiovisuellen Dienstleistungen in der Uruguay-Runde nicht ausräumen ließen, ist derzeit nicht absehbar, wann es zu diesem Mandat kommen wird. Auch die Aktualisierung der Vorbehalte der Mitgliedstaaten ist auf den Zeitpunkt zurückgestellt worden, an dem die Revision der Verpflichtungen aus Annex IV zu Annex A stattgefunden hat.

6 WARC/WRC

Im Frühjahr 1992 fand in Spanien die weltweite Funkverwaltungskonferenz WARC 92 (World Administrative Radio Conference)[11]) statt, in deren Verlauf eine Frequenzzuweisung an den Satellitenrundfunk, insbesondere für HDTV, im Bereich 21,4 bis 22 GHz erfolgte. Seit Jahren hat die Europäische Rundfunkunion aktiv auf dieses Ziel hingearbeitet. Diese neue Frequenz ist ab dem Jahr 2007 uneingeschränkt nutzbar. Jedoch ist es freigestellt, HDTV-Satelliten für experimentelle und auch operative Zwecke bereits vorher in Betrieb zu nehmen, wenn ein ebenfalls im Rahmen der WARC 92 vereinbartes Vorab-Koordinierungsverfahren stattgefunden hat.

Der jetzt zur Verfügung gestellte Frequenzbereich mit einer Bandbreite von insgesamt 600 MHz läßt es zu, die Studioqualität des HDTV-Signals ungeschmälert zum Teilnehmer zu übertragen. Gegenüber den Rundfunksatelliten im 11,7-bis-12,5-GHz-Bereich werden dann wesentlich breitere Übertragungskanäle zur Verfügung stehen.

Digitales Satellitenfernsehen in HDTV-Qualität bietet Vorteile insbesondere für großflächig zu verteilende Fernsehprogramme. Darüber hinaus kann man derartige HDTV-Satellitensysteme als Übertragungswege für künftige HDTV-Vollprogramme einsetzen.

7 Europarat

7.1 Grundzüge

Die medienpolitischen Aktivitäten des Europarats haben im Berichtszeitraum merklich zugenommen. Zu nennen sind hier zunächst die drei Fachministerkonferenzen[12]), die auf eine Initiative des höchsten Beschlußorganes des Europarats, dem aus den Außenministern der Mitgliedstaaten gebildeten Ministerkomitee, aus dem Jahre 1985 zurückgehen. An dieser Initiative war die Bundesrepublik Deutschland maßgeblich beteiligt.

Die medienpolitische Facharbeit wird im wesentlichen im Lenkungsausschuß Massenmedien (CDMM) und seinen Unterausschüssen sowie in ergänzenden Teilbereichen auch im Kulturausschuß (CDCC) geleistet. Die Ergebnisse der medienpolitischen Zusammenarbeit schlagen sich vor allem in Berichten und Empfehlungen an die Mitgliedstaaten sowie in Übereinkommen nieder. Daneben hatte in den letzten Jahren die Beratung der mittel- und osteuropäischen Staaten (MOE) sowie der Nachfolgestaaten der Sowjetunion (NUS) beim Aufbau eines freiheitlichen Mediensystems großes Gewicht. Die Bundesrepublik Deutschland war hieran aktiv beteiligt.

Die Bundesregierung hat der Zusammenarbeit im Rahmen des Europarates im Berichtszeitraum hohe Bedeutung zugemessen. Mit seinen 32 Mitgliedstaaten[13]) erfaßt er einen weit größeren geographischen Bereich als die Europäische Union. Auch Österreich und die Schweiz zählen zu seinen Mitgliedern, Staaten, zu denen die Bundesrepublik Deutschland gerade aus sprachlichen und kulturellen Gründen besonders enge Medienbeziehungen hat.

Auch die Parlamentarische Versammlung des Europarates, der Vertreter aus allen Parlamenten der Mitgliedstaaten des Europarates angehören, hat im Berichtszeitraum der Medienpolitik zunehmende Aufmerksamkeit gewidmet. Besonders hinzuweisen ist hier auf eine Reihe von Empfehlungen der Parlamentarischen Versammlung, die in die medienpolitischen Erörterungen der Mitgliedstaaten einbezogen wurden: z. B. die Resolution 848 (1985) zur Tonpiraterie und individuellen Wahlfreiheit in der Musik, die Empfehlung 1067 (1987) zur kulturellen Dimension des Rundfunks in Europa, die Resolution 887 (1987) zum Europäischen Jahr des Films und des Fernsehens, die Empfehlung 1077 (1988) zum Zugang zu grenzüberschreitenden audiovisuellen Medien wäh-

[10]) Dok. C (88) 110 (Final, vom 21./22. Juli 1988).

[11]) Seit 1993 nennt sich die WARC World Radiocommunications Conference (WRC).

[12]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.7.5.

[13]) Stand: Oktober 1993.

rend Wahlkämpfen, die Empfehlung 1098 (1989) zur audiovisuellen Zusammenarbeit zwischen West und Ost oder die Resolution 937 (1990) zu den Auswirkungen der Telekommunikation für Europa.

7.2 Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ)

Bereits im Jahre 1981 hatte die Parlamentarische Versammlung des Europarates ihr Interesse an einer Regelung der Fragen des Kabel- und Satellitenfernsehens bekundet. Der aufgrund der Beschlüsse des Ministerkomitees vom April und November 1982 erstellte Aktionsplan führte u. a. dazu, daß der Europarat im Jahre 1984 eine „Empfehlung über Grundsätze der Fernsehwerbung" und eine „Empfehlung über die Nutzung von Satelliten für Fernsehen und Hörfunk" verabschiedet hat.[14]) Bestärkt durch eine auf der ersten Europäischen Medienministerkonferenz im Dezember 1986 in Wien (siehe unten Kapitel G.II.7.5.1) beschlossene Deklaration nahmen die Mitgliedstaaten des Europarates im Jahre 1987 ihre Beratungen über eine rechtsverbindliche Übereinkunft zu diesen Fragen auf.

Die zweite Europäische Medienministerkonferenz im November 1988 in Stockholm brachte einen Durchbruch in verschiedenen Punkten.[15]) Weitere Fortschritte wurden mit der von den Staats- und Regierungschefs der EG im Europäischen Rat bei dem Gipfelgespräch vom 2./3. Dezember 1988 getroffenen Entscheidung erzielt, die geplanten Regelungen der gleichzeitig in Vorbereitung befindlichen Fernsehrichtlinie der Europäischen Gemeinschaft anzupassen.

Das Ministerkomitee des Europarates hat das Übereinkommen am 5. Mai 1989, wenige Monate vor der Verabschiedung der EG-Fernsehrichtlinie (siehe unten Kapitel G.II.8.2.2) beschlossen und gemäß Art. 29 FsÜ zur Zeichnung aufgelegt.[16]) Die Bundesrepublik Deutschland hat das Übereinkommen am 9. Oktober 1991 unterzeichnet.

Das Übereinkommen ist am 1. Mai 1993 in Kraft getreten, nachdem es von sieben Staaten ratifiziert worden war. Das FsÜ war bis zum 9. Februar 1994 von 22 Staaten gezeichnet und von 10 Staaten ratifiziert. Die Zustimmung zur Ratifikation des FsÜ durch die Bundesrepublik Deutschland ist mit Gesetz vom 27. Mai 1994 erfolgt.

Das Übereinkommen enthält Vorschriften zur Fernsehwerbung und zum Sponsoring, ein Verbot pornographischer und sonstiger schwer jugendgefährdender Programme sowie die Verpflichtung der Mitgliedstaaten, das Gegendarstellungsrecht zu gewährleisten. Schließlich definiert es kulturelle Ziele, denen entsprechend die Rundfunkveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit europäischen Werken vorbehalten.

Folgende wesentliche Prinzipien liegen dem Fernsehübereinkommen zugrunde:

- Die im Europarat zusammengeschlossenen Staaten lassen sich bei der Verwirklichung der freiheitlichen Ziele des Übereinkommens vom Ursprungs-/Sendestaatsprinzip leiten, das nach dem grundlegenden „Cassis de Dijon-Urteil" des Europäischen Gerichtshofs[17]) in der EU gilt. Nach diesem Grundsatz ist nur der sog. Sendestaat berechtigt, aber auch verpflichtet, sicherzustellen, daß die Programme der seiner Rechtshoheit unterliegenden Fernsehveranstalter mit den europäischen Normen übereinstimmen. Eine nochmalige und unter Umständen im Ergebnis divergierende Überprüfung in den Empfangsstaaten ist nicht zulässig.
- Das Fernsehübereinkommen beschränkt sich dort, wo es inhaltliche Regelungen zur europäischen Harmonisierung vorsieht, auf Mindeststandards. Den Vertragspartnern bleibt es nach Art. 28 FsÜ vorbehalten, für ihrer Rechtshoheit unterliegende Fernsehveranstalter ausführlichere oder strengere Regelungen zu erlassen, soweit deren Programme nur in ihrem Hoheitsgebiet verbreitet werden. Diese Bestimmungen finden keine Anwendung auf ausländische Programme, die in einem anderen Mitgliedstaat (weiter-)verbreitet werden.
- Zu den methodischen Grundprinzipien des Abkommens zählt ferner die Beschränkung auf staatenverpflichtende Vorschriften. Das Übereinkommen hat zwar einen politischen Bezug zur Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK), begründet selbst aber keine subjektiven Rechte, die z. B. ein einzelner Fernsehzuschauer gegenüber einer Vertragspartei oder einem Fernsehveranstalter geltend machen könnte.

7.3 Empfehlungen im Medienbereich

Im Berichtszeitraum hat das Ministerkomitee eine Reihe von Empfehlungen zu Medienfragen verabschiedet. Diese verpflichten die Mitgliedstaaten zwar nicht zu einer rechtsverbindlichen Umsetzung in nationales Recht, sind jedoch Ausdruck gemeinsamer Grundüberzeugungen und können mittelbar normbildende Kraft entfalten. Gelegentlich sind sie Vorläufer rechtsverbindlicher Instrumente. Herausragendes Beispiel hierfür sind die unter Kapitel G.II.7.1 aufgeführten Empfehlungen, die die Bestimmungen des Fernsehübereinkommens wesentlich beeinflußt haben.

Weitere Beispiele bedeutender Empfehlungen sind: die Empfehlungen zum Recht auf Kurzberichterstattung[18]), zum Jugendschutz[19]), zum Urheberrecht[20]) sowie zur audiovisuellen Produktion in Europa[21]).

---

[14]) Vgl. Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 111.

[15]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.7.5.2.

[16]) European Treaty Series 132. Ebenso abgedruckt in: BT-Drs. 12/3375.

[17]) Vom 20. Februar 1979 — Rechtssache 120/78, Amtl. Slg. 1979, S. 649.

[18]) Rec. R (91) 5; vgl. hierzu Kapitel G.II.7.3.3.

[19]) Vgl. hierzu Kapitel D.V.8.

[20]) Rec. R (86) 2; Rec. R (86) 8; Rec. R (88) 1; Rec. R (90) 11.

[21]) Rec. R (86) 3; Rec. (87) 7.

7.3.1 Videopiraterie

Das Problem der Videopiraterie wird im Rahmen von Gliederungspunkt G.III. behandelt.

7.3.2 Schutz verschlüsselter Sendungen

Das Ministerkomitee des Europarates hat am 1. Oktober 1991 eine Empfehlung an die Regierungen der Mitgliedstaaten beschlossen, verschlüsselte Fernsehsendungen zu schützen, indem die Staaten die unbefugte Produktion und den unbefugten Import und Vertrieb von Decodern unter Strafe stellen.[22])

Anlaß für die Initiative des Europarates waren das ansteigende Pay-TV-Angebot in Europa und die zunehmende unbefugte Nutzung der verschlüsselten Sendungen. Sie beeinträchtigen nach Auffassung des Europarates die wirtschaftliche Situation des Veranstalters sowie der betroffenen Urheber- und anderen Rechteinhaber. Neben besseren Verschlüsselungstechnologien ist auch ein rechtlicher Schutz notwendig.

Die Bundesregierung beabsichtigt, dieser Empfehlung zu folgen. Sie bereitet einen entsprechenden Gesetzentwurf für die kommende Legislaturperiode vor.

7.3.3 Kurzberichterstattung

Parallel zur nationalen Diskussion[23]) hat sich der Europarat frühzeitig mit den möglichen Auswirkungen der exklusiven Vergabe von Fernsehübertragungsrechten bei Veranstaltungen und Ereignissen von großem Allgemeininteresse an nur einen Fernsehanbieter beschäftigt.

So enthält bereits Art. 9 FsÜ[24]) einen Prüfauftrag, mit welchen rechtlichen Maßnahmen die Vertragsparteien verhindern können, daß ein Rundfunkveranstalter das Recht der Öffentlichkeit auf Information beschränkt, indem er durch den Erwerb von Exklusivrechten bei Ereignissen von großem Interesse für die Öffentlichkeit einem wesentlichen Teil der Öffentlichkeit in einem oder mehreren anderen Staaten des Europarats die Möglichkeit nimmt, dieses Ereignis im Fernsehen zu verfolgen.

Um unterschiedliche nationale Lösungsversuche zu vermeiden, die zu einer uneinheitlichen Rechtsentwicklung in Europa, damit zur Verzerrung des Wettbewerbs und letztlich zur Einschränkung der ungehinderten Weiterverbreitung grenzüberschreitender Programme führen könnten, beschloß das Ministerkomitee des Europarats am 11. April 1991 eine Empfehlung zum Recht auf Kurzberichterstattung über bedeutende Ereignisse, wenn eine Fernsehgesellschaft Exklusivrechte für deren Übertragung in einem grenzüberschreitenden Zusammenhang erworben hat.[25])

[22]) Rec. R (91) 14.
[23]) Vgl. hierzu Kapitel D.IV.6.
[24]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.7.2.
[25]) Rec. R (91) 5.

In solchen Fällen lautet die Empfehlung, anderen ausländischen Veranstaltern das Recht auf einen nachrichtenmäßigen Kurzbericht von maximal 90 Sekunden Dauer einzuräumen. Dabei bleibt es den Mitgliedstaaten überlassen, im nationalen Recht zu regeln, ob dieser Kurzbericht durch Aufzeichnung des Signals des Primärveranstalters angefertigt wird oder durch Aufzeichnungen der nicht exklusivberechtigten Veranstalter vor Ort. Die Ausstrahlung des Kurzberichts darf nur in Nachrichtensendungen erfolgen.

Obwohl keine rechtliche Verpflichtung zur Umsetzung dieser Empfehlung besteht, entspricht § 4 RfStV 1991 dieser Regelung ebenso, wie es die von der Bundesregierung favorisierte urheberrechtliche Lösung des Problems[26]) tun würde.

7.3.4 Jugendschutz

Der internationale Jugendschutz wird im Rahmen von Kapitel D.V.8 behandelt.

7.4 Europäisches Übereinkommen über mehrseitige Gemeinschaftsproduktionen im Kinofilmbereich

Das Europäische Übereinkommen über die Gemeinschaftsproduktion von Kinofilmen liegt nach zweijährigen Verhandlungen seit dem 2. Oktober 1992 zur Zeichnung beim Europarat auf.[27]) Die Bundesregierung hat am 17. März 1993 beschlossen, diese Konvention — unter dem Vorbehalt der Ratifizierung — zu zeichnen. Das Übereinkommen gestattet es, multilaterale und — unter bestimmten Voraussetzungen — auch bilaterale europäische Gemeinschaftsproduktionen von Filmen, die den Bestimmungen dieses Übereinkommens entsprechen, in den jeweiligen Mitgliedstaaten nach Maßgabe der nationalen Gesetze wie nationale Filme zu behandeln und zu fördern.

Das Übereinkommen stellt durch die Harmonisierung der Bestimmungen ein wichtiges Element zur Herstellung und Förderung von multilateralen europäischen Gemeinschaftsproduktionen dar. Neu ist insbesondere die Einführung der Zulässigkeit finanzieller Gemeinschaftsproduktionen im Bereich des Kinofilms. Diese Bestimmung ist durch § 16 a der Novelle zum Filmförderungsgesetz (FFG) vom 21. Dezember 1992[28]) umgesetzt worden.

7.5 Medienministerkonferenzen

Auf der Basis eines Beschlusses des Ministerkomitees des Europarates aus dem Jahre 1985 haben im Berichtszeitraum Medienministerkonferenzen des Europarates in Wien, Stockholm und Nikosia stattgefunden.

[26]) Vgl. hierzu Kapitel D.IV.6.
[27]) European Treaty Series 147.
[28]) BGBl. I 1992, S. 2135.

7.5.1 Erste Europäische Medienministerkonferenz in Wien

Am 9. und 10. Dezember 1986 fand in Wien die erste Europäische Ministerkonferenz über Massenmedienpolitik unter dem Generalthema „Die Zukunft des Fernsehens in Europa" statt. Teilnehmer waren die für Medienpolitik zuständigen Minister der damals 21 Mitgliedstaaten des Europarates.

Die Konferenz befaßte sich mit der Koordinierung der europäischen Medienpolitik für den grenzüberschreitenden Rundfunk. Inhaltliche Schwerpunkte der Beratungen waren die Unterthemen „Förderung der europäischen audiovisuellen Produktionen" und „Öffentlicher und privater Rundfunk".

Von dieser Konferenz gingen zwei wesentliche Impulse für die weitere Arbeit des Europarates im Medienbereich aus: Die Minister beschlossen, die Medienministerkonferenzen in regelmäßigen Abständen abzuhalten, und sorgten damit für eine Verstetigung der Arbeiten des Europarates im Bereich der Medienpolitik.

Die erste Europäische Medienministerkonferenz brachte zudem eine entscheidende Weichenstellung hin zur Erarbeitung rechtlich bindender Regelungen für das grenzüberschreitende Fernsehen in Europa, die mit der Auflage zur Zeichnung des FsÜ zum Abschluß kam.

7.5.2 Zweite Europäische Medienministerkonferenz in Stockholm

Die zweite Europäische Medienministerkonferenz am 23. und 24. November 1988 in Stockholm stand unter dem Grundthema „Europäische Massenmedien-Politik im internationalen Zusammenhang". Als Unterthemen wurden behandelt: „Europäische Auswirkungen auf die Entwicklung nationaler und multinationaler Mediensysteme" und „Internationale Weiterverbreitung europäischer audiovisueller Werke".

Wesentlicher Verhandlungsgegenstand war außerdem der Entwurf eines Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen. Die Konferenz brachte hier den Durchbruch in wichtigen Einzelfragen, namentlich hinsichtlich der zuvor sehr strittigen Fragen der Quotenregelung, zu den Schutzfristen für Kinofilme und zur Unterbrecherwerbung. Die Einigung zum letzten Punkt basierte auf einem zuvor bilateral zwischen Großbritannien und Deutschland ausgehandelten Kompromiß.

7.5.3 Dritte Europäische Medienministerkonferenz in Nikosia

Die dritte Europäische Medienministerkonferenz fand am 9. und 10. Oktober 1991 in Nikosia statt. Sie stand unter dem Motto „Welcher Weg führt Europas Medien in die 90er Jahre?". Die Unterpunkte dieses Generalthemas waren: „Medienwirtschaft und politischer und kultureller Pluralismus" und „Neue Kanäle und Mittel der Massenmedienpolitik in Europa".

Die Konferenz hat eine Deklaration („Massenmedienpolitik in einem sich wandelnden Europa") und zwei Resolutionen zu den beiden Unterthemen verabschiedet. Eine Reihe von Staaten hat die Ratifikationsurkunden für das FsÜ hinterlegt, Deutschland hat das Übereinkommen gezeichnet.

7.6 Konvention über Minderheitensprachen

Die Parlamentarische Versammlung des Europarates und das Europäische Parlament hatten sich im Jahre 1981 dafür ausgesprochen, eine Charta der Regional- oder Minderheitensprachen zu schaffen. Diese wurde in Form einer Konvention[29]) formuliert und 1992 zur Zeichnung aufgelegt. Die Bundesrepublik Deutschland hat die Charta am 5. November 1992 gezeichnet; die Ratifikation ist noch nicht abgeschlossen.

Die Charta soll Regional- oder Minderheitensprachen als einen Aspekt des europäischen Kulturerbes schützen und fördern. Sie enthält insbesondere ein Diskriminierungsverbot hinsichtlich der Benutzung dieser Sprachen, einen Katalog von Unterstützungsmaßnahmen für deren aktiven Gebrauch sowie die Aufforderung, im Rahmen des Möglichen und des Zumutbaren die Benutzung der Regional- oder Minderheitensprachen u. a. im Bildungswesen und in den Medien zu sichern. Diese Förderungsmaßnahmen sind als Staatenverpflichtungen ausgestaltet. Individuelle oder kollektive Rechte für die Benutzer der Regional- oder Minderheitensprachen lassen sich daraus nicht herleiten.

Art. 11 der Konvention enthält zahlreiche Bestimmungen im Bereich der Medien. Die Vertragsparteien verpflichten sich, soweit die staatlichen Stellen in diesem Bereich unmittelbar oder mittelbar Einfluß haben, Maßnahmen für den Gebrauch von Regional- oder Minderheitensprachen zu treffen.

In der Bundesrepublik Deutschland ist nach dem Grundsatz der Staatsferne jegliche staatliche Einflußnahme auf den Rundfunk versagt, die nicht mit der Aufgabe einer Sicherung der Herstellung und Erhaltung der Rundfunkfreiheit vereinbar oder durch die Schranken des Grundrechts in Art. 5 GG gerechtfertigt ist. Im Falle der Ratifikation der Konvention könnte sich die Bundesrepublik Deutschland nur zur Anwendung derjenigen Bestimmungen des Art. 11 verpflichten, die mit Art. 5 GG vereinbar sind. Konkret bedeutet dies, lediglich Art. 11 Abs. 2 der Konvention könnte zur Anwendung gelangen. Hierin verpflichten sich die Vertragsparteien, „den freien direkten Empfang von Hörfunk- und Fernsehsendungen aus Nachbarländern in einer Sprache zu gewährleisten, die in gleicher oder ähnlicher Form wie die Regional- oder Minderheitensprache benutzt wird, und die Weiterverbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen aus Nachbarländern in einer solchen Sprache nicht zu behindern. Sie verpflichten sich ferner, sicherzustellen, daß die Freiheit der Meinungsäußerung und die freie Verbreitung von Infor-

[29]) European Treaty Series 148.

mationen in der Presse in einer Sprache, die in gleicher oder ähnlicher Form wie eine Regional- oder Minderheitensprache benutzt wird, keiner Einschränkung unterworfen werden. Da die Ausübung dieser Freiheiten Pflichten und Verantwortung mit sich bringt, kann sie bestimmten Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafen unterworfen werden, wie sie vom Gesetz vorgeschrieben und in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit oder der öffentlichen Sicherheit, der Aufrechterhaltung der Ordnung und der Verbrechensverhütung, des Schutzes der Gesundheit und der Moral, des Schutzes des guten Rufes oder der Rechte anderer, um die Verbreitung vertraulicher Nachrichten zu verhindern oder das Ansehen und die Unparteilichkeit der Rechtsprechung zu gewährleisten, unentbehrlich sind."

Die Bundesregierung begrüßt die Charta insgesamt als ein politisch wichtiges Signal zugunsten des Schutzes von Minderheiten und deren kulturellen Eigenheiten. Insbesondere könnte die Konvention dazu beitragen, die kulturelle Situation der deutschen Minderheiten in den mittel- und osteuropäischen Staaten (MOE) und den Nachfolgestaaten der Sowjetunion (NUS) zu verbessern.

7.7 EURIMAGES

Am 26. Oktober 1988 hat das Ministerkomitee des Europarates ein Teilabkommen über die Errichtung eines „Europäischen Unterstützungsfonds für die Koproduktion und den Vertrieb von kreativen kinematographischen und audiovisuellen Werken" (EURIMAGES) geschlossen. Die Mittel des Fonds stammen aus freiwilligen Beiträgen der Mitgliedstaaten. Der Fonds, der am 1. Januar 1989 in seine operative Phase trat, fördert trilaterale audiovisuelle europäische Gemeinschaftsproduktionen, die Verbreitung von europäischen Kino- und Fernsehfilmen und die Vermarktung europäischer Filme in bestimmten Ländern.

Ursprünglich wurde das EURIMAGES-Abkommen zwischen zwölf Mitgliedstaaten des Europarates getroffen. Derzeit gehören ihm bereits 23 Staaten an: Österreich, Belgien, Bulgarien, Zypern, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Spanien, Schweden, Schweiz, Türkei und seit dem 1. April 1993 Großbritannien. Weitere Länder, insbesondere Mittel- und Osteuropas, haben ihr Interesse an EURIMAGES bekundet und werden dem Fonds mit großer Wahrscheinlichkeit in naher Zukunft beitreten.

EURIMAGES wird von einem Direktionsausschuß geleitet, für den jeder Mitgliedstaat des Fonds einen Vertreter ernennt. Der Direktionsausschuß legt die Politik und die Bedingungen für die Vergabe der Förderhilfe fest und fällt alle notwendigen Entscheidungen über die grundlegenden Bestimmungen.

Die Mittel des Fonds stammen aus freiwilligen Beiträgen der Mitgliedstaaten. Im Haushaltsjahr 1992 wurden so insgesamt 101 Mio. FF aufgebracht, an Fördermitteln konnten aufgrund von Zinserträgen und aufgehobenen Vorjahresentscheidungen 131 Mio. FF vergeben werden. Seit seiner Institutionalisierung hat EURIMAGES 157 Filmvorhaben mit rd. 340 Mio. FF gefördert. Bei 65 Projekten waren deutsche Koproduzenten beteiligt, deren Förderanteile sich auf insgesamt 45 Mio. FF summieren.

Von den 157 geförderten Projekten sind bisher 60 fertiggestellt worden. Davon sind 31, darunter 12 mit deutscher Beteiligung, europaweit in den Kinos angelaufen. In Deutschland waren und sind bislang 12 von EURIMAGES geförderte Filme im Kino zu sehen.

7.8 Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte

Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hat im Berichtszeitraum mit den als „Groppera-Radio-AG"-Entscheidung[30]) und „Autronic-AG"-Entscheidung[31]) bekannt gewordenen Urteilen aus dem Jahre 1990 Wesentliches zur Auslegung von Art. 10 EMRK im Bereich des Fernsehens beigetragen. Beide Entscheidungen betrafen das Medienrecht der Schweiz, sie wirken aber auch über deren Landesgrenzen hinaus.

Der Gerichtshof hat in der erstgenannten Entscheidung herausgestellt: Juristische Personen können sich auf die Informations- und Meinungsfreiheit des Art. 10 EMRK berufen, und jede Weiterverbreitung von Rundfunksendungen im Äther und durch Kabel unterliegt dem Schutzbereich des Art. 10 EMRK. Die zweite Entscheidung hat dies schließlich auch für Satellitensendungen bestätigt und dabei zugleich festgeschrieben, daß auch der Gebrauch der dafür erforderlichen Empfangsgeräte (Parabolantenne) geschützt ist.

Darüber hinaus hat der Gerichtshof sich in einer Reihe von Entscheidungen mit pressespezifischen Fragen im Rahmen von Art. 10 EMRK befaßt. Aus deutscher Sicht sind in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse die Entscheidung im Falle „Barthold"[32]), der die Zulässigkeit der Eigenwerbung eines Tierarztes durch journalistische Tätigkeit betraf, und die Entscheidung im Falle „markt intern Verlag GmbH und Klaus Breermann"[33]), die sich mit den wettbewerbsrechtlichen Grenzen bei der Zitierung von Kritik an den Geschäftspraktiken einer Firma befaßte.

Mit Entscheidung vom 24. November 1993[34]) hat der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte in dem Verfahren „Informationsverein Lentia u.a. ./. Österreich" festgestellt, das in Österreich gesetzlich festgeschriebene Monopol des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sei mit Art. 10 EMRK nicht zu vereinbaren, weil es einen unverhältnismäßigen Eingriff in die Meinungsfreiheit derjenigen darstelle, die Rund-

---

[30]) Entscheidung vom 28. März 1990, 14/1988/158/214, Serie A Nr. 173.

[31]) Entscheidung vom 22. Mai 1990, 15/1989/175/231, Serie A Nr. 178.

[32]) Entscheidung vom 25. März 1990, Serie A Nr. 90.

[33]) Entscheidung vom 20. November 1989, Serie A Nr. 165.

[34]) Entscheidung vom 24. November 1993, 36/1992/455—459.

funk in privatrechtlicher Form betreiben wollten. In dieser Entscheidung hat der Gerichtshof namentlich das von der österreichischen Regierung vorgetragene Argument zurückgewiesen, ein derartiges Monopol sei gerechtfertigt, da der — vergleichsweise kleine — österreichische Markt wirtschaftlich ein Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk nicht zulasse.

7.9 Künftige Entwicklung im Europarat

Die Veränderungen in den zurückliegenden Jahren und die absehbare weitere Entwicklung werden die Rolle des Europarates in der europäischen Medienpolitik nachhaltig ändern. In der Vergangenheit bildete der Europarat eine wesentliche Klammer zwischen dem „Europa der Zwölf" und den west- und mitteleuropäischen Staaten außerhalb der EG, also namentlich den EFTA-Staaten. Mit dem Abschluß des EWR-Vertrages[35]) und der anstehenden Erweiterung der Europäischen Union (EU) durch den Beitritt von Norwegen, Schweden, Finnland und Österreich verliert dieser Aspekt europäischer Medienpolitik im Europarat an Gewicht. Im Gegenzug dazu setzten die Demokratisierung der einstmals kommunistischen bzw. sozialistischen Staaten Zentral- und Osteuropas und nachfolgend deren Beitritt zum Europarat für die medienpolitische Arbeit dieser Einrichtung neue Akzente. Während die Mitgliedstaaten des Europarates in der Vergangenheit auf im wesentlichen gleiche oder doch ähnliche Traditionen und Erfahrungen der Pressefreiheit und der Rundfunkfreiheit zurückblikken konnten, rücken nun zunehmend die Probleme der „jungen Demokratien" ins Blickfeld, die nach Jahrzehnten staatlicher Lenkung der Medien eine freie Medienordnung erst etablieren und staatsunabhängige und pluralistische Medien aufbauen müssen.

Die zunehmend größere Zahl der Mitgliedstaaten des Europarates macht ein neues Nachdenken über Arbeitsweisen und -felder dieser internationalen Organisation erforderlich. Zugleich dürfte sie Anlaß sein, die inhaltliche Arbeit des Europarates in der Medienpolitik zu straffen und auf bestimmte Schwerpunkte zu konzentrieren.

8 Europäische Gemeinschaft (EG)/Europäische Union (EU)

8.1 Grundzüge

Nach Auffassung der Europäischen Kommission unterliegen auch die Medien grundsätzlich den Regeln des EG-Vertrages. Die Europäische Kommission hat daher — unterstützt, teilweise auch veranlaßt durch das Europäische Parlament — insbesondere seit Mitte der achtziger Jahre erhebliche Anstrengungen unternommen, um das Ziel, einen europäischen Binnenmarkt auch für die Medien herzustellen, zu verwirklichen. Hierbei konzentrierte sie sich auf die elektronischen Medien einschließlich der Produktion audiovisueller Werke. Wichtige Voraussetzung für die Initiativen der Europäischen Kommission war die Aufhebung der monopolistischen Organisation des Rundfunks in vielen Mitgliedstaaten der Europäischen Union; besondere Dynamik erhielt dieser Prozeß durch die technische Entwicklung. Diese erleichterte das Überschreiten der nationalen Grenzen, verstärkte aber gleichzeitig den Wettbewerbsdruck durch außereuropäische Anbieter.

Die Gesamtkonzeption der Europäischen Kommission für die elektronischen Medien bezieht sich auf drei Bereiche:
- den rechtlichen Rahmen („die Spielregeln"),
- die Förderung europäischer audiovisueller Werke,
- die Technologie.

Noch ist diese Konzeption nicht in eine umfassende europäische Medienordnung transformiert. Wesentliche Elemente wurden jedoch im Berichtszeitraum bereits geschaffen. Hinzuweisen ist hier vor allem auf die Harmonisierungsbemühungen durch die Fernsehrichtlinie[36]), die Urheberrechtsrichtlinie betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung[37]) sowie auf das Förderprogramm MEDIA[38]) und den Aktionsplan HDTV[39]).

8.2 Rundfunk

8.2.1 Rechtliche Grundlagen der EG-/EU-Regelungen im Rundfunkbereich

Der Rundfunk steht bereits seit Anfang der achtziger Jahre im Blickfeld des Europäischen Parlaments und der Europäischen Kommission. Anlaß hierzu waren dessen sich abzeichnende Internationalisierung und die Erkenntnis, daß die Unterschiedlichkeit der in den einzelnen Mitgliedstaaten der Europäischen Union für diesen Bereich geltenden nationalen Regelungen zu Wettbewerbsverzerrungen führen und die Entfaltung seines erheblichen Wachstumspotentials hemmen könnte. Am 14. Juni 1984 legte die EG-Kommission mit dem Bericht „Fernsehen ohne Grenzen — Grünbuch über die Errichtung des gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel"[40]) erstmals eine umfassende Bestandsaufnahme für den Rundfunk vor und entwickelte Leitlinien für die künftige Rundfunkpolitik der Europäischen Gemeinschaft.

Diese Vorstellungen der EG-Kommission haben auch die im Berichtszeitraum nachfolgende Diskussion wesentlich bestimmt. In deren Mittelpunkt stand die Frage, ob der EWG-Vertrag eine ausreichende Rechtsgrundlage für die von der Europäischen Kommission vorgeschlagene Harmonisierung der mitgliedstaatlichen Rundfunkordnungen bereitstelle.

---

[35]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.5.1.

[36]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.2.
[37]) Vgl. hierzu Kapitel G.III.3.
[38]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.3.
[39]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.5.2.
[40]) BR-Drs. 360/84; vgl. auch Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 112.

Die EG-Kommission vertrat, gestützt auf die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH)[41]), die Auffassung, Rundfunksendungen seien Dienstleistungen (Art. 59 EWGV); die Gemeinschaft sei verpflichtet, Hindernisse für den freien Dienstleistungsverkehr zu beseitigen und den Binnenmarkt auch in diesem Bereich herzustellen (Art. 2 f. EWGV). Dem hielten insbesondere die deutschen Länder[42]) entgegen, eine solche wirtschaftlich bestimmte Betrachtungsweise verkenne das besondere Gewicht der kulturellen und gesellschaftlichen Funktionen des Rundfunks und seine Bedeutung als Medium und Faktor der Meinungsbildung in den Mitgliedstaaten. Auch nach der Verfassung der Gemeinschaft seien diese eigenverantwortliche Träger ihres politischen und gesellschaftlichen Systems geblieben. Für den Bereich der Kulturpolitik fehlten der Gemeinschaft die nach dem EWG-Vertrag notwendigen ausdrücklichen Rechtsetzungsbefugnisse. Eine isolierte Regelung der wirtschaftlichen Sachverhalte, die in ihrer Bedeutung weit hinter der konstitutiven Aufgabe des Rundfunks für die Demokratie in den Mitgliedstaaten zurückträten, sei nicht möglich, ohne gleichzeitig in den Kernbestand der Rundfunkhoheit der Mitgliedstaaten einzugreifen. Daher berechtige auch die Kompetenz zur Regelung von Wirtschaftsfragen die Gemeinschaft nicht, den Rundfunk zum unmittelbaren Gegenstand ihrer Rechtsetzung zu machen.

Wenn auch im konkreten Fall der Fernsehrichtlinie die Bundesregierung die Kompetenzfrage anders bewertet hat als die Länder[43]), so teilt sie doch grundsätzlich die Auffassung, die demokratiebildende Funktion des Rundfunks sei der Regelungsbefugnis der Europäischen Union entzogen. Auch die mit dem Maastrichter Vertrag erfolgte Einfügung des Art. 128 EWGV, der die Gemeinschaft berechtigt, erforderlichenfalls die Tätigkeit der Mitgliedstaaten im künstlerischen und literarischen Schaffen, einschließlich des audiovisuellen Bereichs, zu unterstützen und zu ergänzen, hat diese Rechtslage nicht geändert. Die Bundesregierung begrüßt daher die Feststellung der Europäischen Kommission im Grünbuch „Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt"[44]), die Erhaltung des Pluralismus sei Aufgabe der Mitgliedstaaten.

8.2.2 Fernsehrichtlinie

Die Richtlinie 89/522/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit[45]) vom 3. Oktober 1989 (EG-Fernsehrichtlinie) stellt neben dem Fernsehübereinkommen des Europarates das wichtigste europäische Regelungswerk zur Harmonisierung der nationalen Regelungen des Rundfunkrechts dar.

8.2.2.1 Entstehung und Inhalt

Die Richtlinie geht zurück auf einen Vorschlag der Kommission vom 30. April 1986[46]), der die Schlußfolgerungen aus der Analyse des im Jahre 1984 vorgelegten Grünbuchs „Fernsehen ohne Grenzen"[47]) zog. Der Europäische Rat beschloß im Dezember 1988 auf Rhodos die weitgehende Angleichung des Entwurfs der Fernsehrichtlinie an das parallel vorbereitete Fernsehübereinkommen, so daß er die Richtlinie nach bis zuletzt schwierigen Verhandlungen — namentlich über den rechtlichen Stellenwert der sog. Quotenregelung — im Oktober 1989 verabschieden konnte.

Ebenso wie dem Fernsehübereinkommen des Europarates liegt der EG-Fernsehrichtlinie zunächst das zuvor schon in der Rechtsprechung des EuGH entwickelte Sendestaatsprinzip für die Fernsehprogramme in den Mitgliedstaaten zugrunde. Sie harmonisiert — weitgehend dem Fernsehübereinkommen des Europarats inhaltsgleich — die Vorschriften der Mitgliedstaaten auf dem Gebiet der Fernsehwerbung und des Sponsoring von Programmen.

Darüber hinaus enthält die Richtlinie auch das Verbot pornographischer und sonstiger schwer jugendgefährdender Programme sowie die Verpflichtung der Mitgliedstaaten, das Gegendarstellungsrecht zu gewährleisten. Schließlich definiert sie den Anteil der europäischen Werke und der Werke unabhängiger Produzenten, den die Fernsehprogramme in den Mitgliedstaaten enthalten sollen. Diese sog. Quotenregelung, die bis unmittelbar vor Verabschiedung der Richtlinie stark umstritten war, ist nach übereinstimmenden Protokollerklärungen des Rates und der Kommission als Formulierung einer politischen Zielabsprache und nicht als rechtsverbindliche Regelung zu betrachten.

8.2.2.2 Bund/Länder-Streitverfahren

Mit Kabinettsbeschluß vom 8. März 1989 hatte die Bundesregierung beschlossen, unter gewissen Voraussetzungen der Richtlinie des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (EG-Fernsehrichtlinie) zuzustimmen. Dagegen hat der Freistaat Bayern im Rahmen eines Bund/Länder-Streitverfahrens Klage vor dem Bundesverfassungsgericht erhoben. Bayern hat beantragt,

1. festzustellen, daß die Bundesregierung durch den zustimmenden Kabinettsbeschluß das Land in seinem Recht aus Art. 30 GG verletzt hat,

---

[41]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.8.
[42]) BR-Drs. 360/84; 259/86; 77/93.
[43]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.2.2.
[44]) Dok. KOM (92) 480 endg. vom 23. Dezember 1992; vgl. ebenso Kapitel G.IV.2.
[45]) Dok. KOM (86) 146 endg. Abgedruckt in: ABl. EG, Nr. C 179 vom 17. Juli 1986.
[46]) ABl. EG, Nr. L 298 vom 17. Oktober 1989, S. 23, i. d. F. der Berichtigung gemäß ABl. EG, Nr. C 158 vom 16. November 1989, S. 51.
[47]) Vgl. dazu Kapitel G.II.8.2.1. und Medienbericht 1985, BT-Drs. 10/5663, S. 112.

2. der Bundesregierung durch einstweilige Anordnung nach § 32 BVerfGG aufzugeben, den Kabinettsbeschluß einstweilen nicht zu vollziehen.

Mit Urteil vom 11. April 1989[48]) hat das Bundesverfassungsgericht den Antrag auf einstweilige Anordnung als unbegründet zurückgewiesen. Das Gericht kam nach einer Folgenabwägung zu der Auffassung, eine einstweilige Anordnung hätte der Bundesregierung jede Möglichkeit genommen, den Inhalt der Richtlinie noch im Verhandlungswege zu beeinflussen. Möglicherweise wäre gerade als Folge einer einstweiligen Anordnung mit deutschem Verfassungsrecht unvereinbares sekundäres Gemeinschaftsrecht entstanden.

Die Entscheidung im Hauptsacheverfahren steht noch aus. Dem antragstellenden Freistaat Bayern sind mittlerweile die Länder Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Schleswig-Holstein beigetreten. Anliegen der antragstellenden Länder im Hauptsacheverfahren ist, die Kompetenzen der Länder auf dem Felde des Rundfunks gegenüber dem Kompetenzanspruch der EG bei der Setzung von sekundärem Gemeinschaftsrecht zu wahren. Der Rundfunk habe die Funktion eines Kulturträgers, der das kulturelle Erbe wachhalte, die nationale kulturelle Identität bestimme und zur Identifikation des Bürgers mit dem Staat und seinen Regionen entscheidend beitrage. Aufgrund dieser Funktion sei der Rundfunk der ausschließlichen Gesetzgebungskompetenz der Länder zuzuordnen und verbiete sich eine einseitige oder auch nur überwiegende wirtschaftliche Betrachtungsweise.

Nach Art. 2 und 3 EWGV ist Ziel des Vertrags ein Gemeinsamer Markt ohne Hindernisse für den Personen-, Waren-, Dienstleistungs- und Kapitalverkehr. Nach der Rechtsprechung des EuGH[49]) fällt die Ausstrahlung von Fernsehsendungen, einschließlich jener zu Werbezwecken, unter die Vertragsvorschriften für Dienstleistungen. Die EG-Fernsehrichtlinie dient daher der Verwirklichung der Dienstleistungsfreiheit nach Art. 59 ff. EWGV.

Nach Auffassung der Bundesregierung gibt es neben der kulturellen Dimension noch andere Bereiche, die für den Rundfunk Bedeutung haben und bei denen die Kompetenzlage anders ist. Während früher in erster Linie die technische Dimension des Fernsehens in Frage stand, hat in den letzten drei Jahrzehnten die wirtschaftliche Dimension an Bedeutung gewonnen.

Bestimmungen der EG-Richtlinie über Werbung und Sponsoring lassen sich dem Wirtschaftsrecht zuordnen, Bestimmungen über das Recht auf Gegendarstellung stehen im Zusammenhang mit dem Bürgerlichen Recht und dem Strafrecht. Die Bundesregierung hat mithin keineswegs eine umfassende Kompetenz der Europäischen Gemeinschaften für das Rundfunkwesen hingenommen, sondern hat sich auf die EG-Fernsehrichtlinie nur insoweit eingelassen und ihr nur insoweit zugestimmt, als die gemeinschaftsrechtlich in Anspruch genommene Kompetenz lediglich Randbereiche des Rundfunkwesens berührt und materiell die Rundfunkfreiheit — und damit auch die Zuständigkeit der Länder zur Regelung des Rundfunks in seiner kulturellen Dimension — fördert und nicht beeinträchtigt.

In Übereinstimmung mit den Ländern ist die Bundesregierung auch der Ansicht, daß die demokratiebildende Funktion des Rundfunks dem Kompetenzbereich der Europäischen Gemeinschaft entzogen ist. Soweit die EG-Fernsehrichtlinie Produktionsquoten europäischer Werke festlegt, sind diese Artikel im Lichte der Protokollerklärungen hinsichtlich ihrer Rechtsverbindlichkeit zu sehen: Es handelt sich lediglich um nicht justitiable, politische Selbstverpflichtungen.

Die Richtlinie läßt damit die Konzeption und die Struktur der innerstaatlichen Rundfunkordnung unangetastet. Deren Grundrechtsgehalt, Kernbereich, Identität, kulturelle Eigenart und gesellschaftliche Vielfalt bleiben rechtlich unberührt. Das Handeln der Bundesregierung vom Kabinettsbeschluß am 8. März 1989 bis zum Abstimmungsverhalten über die EG-Fernsehrichtlinie am 3. Oktober 1989 findet seine verfassungsrechtliche Stütze in Art. 32 Abs. 1 i.V.m. Art. 24 Abs. 1 GG und hat die Länder in ihren Rechten aus Art. 30 GG nicht verletzt. Der in Kürze zu erwartenden Entscheidung des Gerichts mißt die Bundesregierung hohe Bedeutung für die Klärung ihrer Handlungskompetenzen im inter- und supranationalen Bereich zu.

8.2.2.3 Umsetzung

Die Regelungen der Fernsehrichtlinie waren bis zum 3. Oktober 1991 umzusetzen. In der Bundesrepublik Deutschland bestand nur geringer Anpassungsbedarf des nationalen Rechts, da die Länder bei der Ausarbeitung des Staatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991[50]) bereits im Vorgriff auf die Ratifizierung des im wesentlichen inhaltsgleichen Fernsehübereinkommens des Europarates die Regelungen in das deutsche Recht übernommen hatten, die zu dessen Umsetzung erforderlich sind. Davon abgesehen macht die Fernsehrichtlinie in vielen Bereichen (etwa Jugendschutz, Gegendarstellungsrecht) zahlreiche schon vorhandene Rechtsstandards des deutschen Rechts europaweit verbindlich.

Der erste Bericht über die Anteile europäischer Werke und der Werke unabhängiger Produzenten an Programmen der der deutschen Rechtshoheit unterworfenen Veranstalter, den die Bundesregierung der EG-Kommission im Oktober 1993 übermittelt hat, zeigt deutlich, daß in Deutschland die in Art. 4 und 5 der Fernsehrichtlinie formulierten Vorgaben erfüllt sind. Abgesehen von Fernsehprogrammen, die noch in der Startphase sind, erreicht der jeweilige Programmanteil durchweg die in Art. 4 und 5 der Richtlinie vorgesehenen Schwellen. Bei einigen Veranstaltern liegt der Anteil der europäischen Werke sogar

[48]) BVerfGE 80, 74.

[49]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.8.

[50]) Vgl. hierzu Kapitel B.III.2.1.1.1.

noch beträchtlich höher als der in Art. 4 der Richtlinie ins Auge gefaßte Zielwert.

8.2.2.4 Novellierung

Nach Art. 26 der Fernsehrichtlinie ist die Kommission im Jahre 1994 gehalten, eine Bewertung der Fernsehrichtlinie vorzunehmen und in diesem Zusammenhang zu entscheiden, ob sie eine Anpassung der Richtlinie für erforderlich hält.

In Vorbereitung dieses Berichtes hat die Kommission die Mitgliedstaaten zunächst aufgefordert, Vorschläge für eine „technische Revision" der Richtlinie zu unterbreiten, insbesondere um Schwierigkeiten zu beseitigen, die bei der Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht aufgetreten sind. Im Rahmen dieser vorbereitenden Konsultationen haben sich einige Staaten bereits informell für eine grundlegende Novellierung der Richtlinie ausgesprochen. Dabei soll die Vervielfachung der Übertragungswege berücksichtigt werden, die mit der Digitalisierung verknüpft ist. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob die Kommission, die allein Änderungen einer Richtlinie vorschlagen kann, auf diese Überlegungen eingeht.

8.2.3 MEDIA-Programm

Der Rat der EG hat am 21. Dezember 1990 auf Vorschlag der Kommission ein MEDIA-Programm für die Jahre 1991 bis 1995 mit einem Volumen von insgesamt 200 Mio. ECU verabschiedet.

Ziel des MEDIA-Programmes ist es, das Umfeld der Produktion der audiovisuellen Industrie in Europa zu stärken. Es soll die wettbewerbsfähige Angebotskapazität für europäische audiovisuelle Produkte stimulieren und steigern, zu einem verstärkten Austausch von Filmen und audiovisuellen Programmen führen sowie insgesamt, im Zusammenwirken mit den in den Mitgliedstaaten vorhandenen Einrichtungen, die Rahmenbedingungen für die audiovisuellen Unternehmen und die im Mediensektor Tätigen in Europa verbessern.

Für das MEDIA-Programm hat man entsprechend dem Ratsbeschluß fünf Schwerpunktbereiche definiert:

- Maßnahmen zum Ausbau der europäischen Infrastrukturen für Vertrieb, Auswertung und Absatzförderung audiovisueller Werke;
- Maßnahmen zur Verbesserung der Produktionsbedingungen;
- Initiativen zur Schaffung von Investitionsanreizen;
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in den Bereichen Management und Marketing für Film- und Fernsehschaffende;
- Förderung der Filmwirtschaft in Ländern mit geringer audiovisueller Produktionskapazität und/oder mit geographisch und sprachlich begrenztem Verbreitungsgebiet.

Insgesamt bestehen 19 MEDIA-Projekte. Eines ihrer besonderen Merkmale ist Dezentralisierung; die Verwaltungsbüros wurden an den strategisch wichtigsten Orten in den Mitgliedstaaten der Gemeinschaft eingerichtet. In der Bundesrepublik Deutschland sind das Europäische Filmvertriebsbüro (EFDO; Hamburg), das Europäische Büro zur Verbreitung von Fernsehprogrammen (GRECO; München) und die Europäische Filmakademie (EFA; Berlin) angesiedelt.

Der Bedarf an Informationen über die vielfältigen Initiativen ist enorm. In allen europäischen Ländern hat man daher Informationsstellen (sog. MEDIA-Desks und MEDIA-Antennen) eingerichtet, die über die komplizierten Zusammenhänge und Strukturen Auskunft geben sollen. In Deutschland gibt es einen MEDIA-Desk in Hamburg und zwei MEDIA-Antennen in München und Düsseldorf.

Im Jahre 1993 hat ein deutsches Wirtschaftsberatungsunternehmen alle MEDIA-Projekte im Rahmen der nach der Hälfte der Laufzeit des MEDIA-Programmes vorgesehenen Evaluierung überprüft. Der Prüfbericht — mit einem insgesamt positiven Ergebnis — enthält Empfehlungen für eine bessere Koordinierung und Kontrolle der einzelnen Projekte. Diese Vorschläge werden von der Kommission z. Zt. beraten.

8.2.4 Grünbuch „Audiovisuelle Industrie"

Am 6. April 1994 hat die Kommission ein neues Grünbuch unter dem Titel „Strategische Optionen für die Stärkung der Programmindustrie im Rahmen der audiovisuellen Politik der Europäischen Union" verabschiedet.

Die Kommission sieht das Grünbuch in einem größeren Kontext, nämlich in Zusammenhang mit dem Weißbuch „Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit, Beschäftigung, Herausforderungen der Gegenwart und Wege ins 21. Jahrhundert", mit dem Ende des Jahres 1994 zu erstattenden Bericht über die Bewertung der Fernsehrichtlinie[51]) und den Vorschlägen der Kommission zur Weiterführung des MEDIA-Programmes.[52])

In diesem Grünbuch zur audiovisuellen Industrie geht es um die zentrale Frage, wie die Europäische Union zur Entwicklung einer leistungs- und wettbewerbsfähigen europäischen Programmindustrie im Film- und Fernsehbereich beitragen kann. Diese Frage bedarf intensiver Beratung. Dabei sind aus deutscher Sicht folgende Kernpunkte zu berücksichtigen:

- Im audiovisuellen Bereich gibt es keinen einheitlichen Binnenmarkt.[53]) Die relevanten Medienmärkte in Europa sind sprachraum- und kulturbezogen. Jede Politik zur Mobilisierung eines gemeinsamen Potentials hat dem Rechnung zu tragen und kann daher nur komplementär wirken.
- Die Bewahrung der kulturellen Vielfalt Europas fragmentiert zwar die Märkte, sie sichert aber eine Stärke europäischer Kultur. Europäische Medienpolitik muß also die Vielfalt wahren und zugleich das gemeinsame europäische Potential mobilisieren.

---

[51]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.2.4.
[52]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.8.2.3.
[53]) Vgl. hierzu Kapitel G.IV.2.

○ Die Förderung von Film- und Fernsehproduktionen ist kulturpolitisch motiviert und im Kern Sache der Mitgliedstaaten. Die Europäische Union kann daneben nur ergänzend und subsidiär tätig werden.
○ Bei jeder Entscheidung über Maßnahmen zur Förderung der Produktion ist daran zu denken, wie sie sich auf die Rundfunkordnungen der Mitgliedstaaten auswirken; dabei ist dem — in Deutschland verfassungsrechtlich gesicherten — Programmauftrag öffentlich-rechtlicher Veranstalter ebenso Rechnung zu tragen wie den wirtschaftlichen Bedürfnissen privater Veranstalter.

8.2.5 Fortgeschrittene Fernsehdienste

Das zukünftige hochauflösende Fernsehen (High Definition Television – HDTV) ist ein wichtiges europäisches medien- und industriepolitisches Leitprojekt. Wegen der Komplexität der zu lösenden Probleme wird man HDTV jedoch nicht in einem Schritt, sondern nur über mehrere Stufen einführen können. In diesem Zusammenhang bezeichnen „fortgeschrittene Fernsehdienste“ solche Dienste, die als wegbereitend für HDTV anzusehen sind (z. B. D2-Mac und PALplus wegen des neuen, auch für HDTV geltenden Bildseitenverhältnisses 16:9[54])).

Die ursprüngliche Strategie der Europäischen Gemeinschaft sah eine Einführung des HDTV unter Verwendung der europäischen Norm HD-Mac (High Definition Multiplexed Analogue Components) vor. Dies sollte über einen Zwischenschritt mit der zu HD-Mac kompatiblen Norm D2-Mac (Duo Binary-Verfahren zur digitalen Codierung der Tonsignale) als Standardqualität realisiert werden. Bei der Mac-Familie handelt es sich um ein System, das die Bildsignale analog und die Ton-/Datensignale digital codiert überträgt.

Die Umsetzung dieser Strategie sollte auf der Grundlage der Änderung zur EG-Richtlinie über die Annahme von Normen für die Satellitenausstrahlung von Fernsehsignalen in Europa vom 11. Mai 1992 und einem sog. Aktionsplan erfolgen.

8.2.5.1 Richtlinie

Die am 11. Mai 1992 verabschiedete Richtlinie 92/38/EWG legte für fortgeschrittene Fernsehdienste[55]) grundsätzlich die Mac-Normenfamilie zugrunde. Neuere Entwicklungen (PALplus, digitale TV-Normen) sowie die mangelnde Akzeptanz der Mac-Normen machten einen Umdenkprozeß erforderlich. Im Auftrag des Rates hat deshalb die EG-Kommission im Dezember 1993 den Entwurf einer neuen Richtlinie vorgelegt, welcher die Normenbindung aufhebt und damit sowohl den Markterfordernissen als auch den technischen Entwicklungen Rechnung trägt. Der Inhalt der geplanten Richtlinie wird z. Zt. noch im Detail zwischen den Mitgliedstaaten abgestimmt.

[54]) Siehe Kapitel C.V.2.1.
[55]) ABl. EG, Nr. L 137 vom 20. Mai 1992, S. 17.

8.2.5.2 Aktionsplan

Der Aktionsplan[56]) dient der Anschubfinanzierung fortgeschrittener Fernsehdienste. Ursprünglich hatte die Kommission eine Förderung in Höhe von ca. 800 Mio. ECU aus EG-Mitteln mit fünfjähriger Laufzeit vorgeschlagen. Die Mittel sollten in erster Linie den Programmveranstaltern zugute kommen, um die hohen Zusatzkosten für die Produktion und Ausstrahlung von Programmen in D2-Mac zumindest teilweise abzudecken. Wegen der Inkompatibilität wäre für einen längeren Zeitraum ein Simulcast, d. h. eine zusätzliche Abstrahlung in der herkömmlichen Norm notwendig geworden. Entsprechend sah der Aktionsplan auch Mittel für die Bereitstellung der nötigen Infrastruktur (Satellit, Kabel, Studios) vor. Eine Förderung der Endgeräteindustrie war und ist nicht vorgesehen.

Eine Verabschiedung des Aktionsplanes mit der Stimme aller Mitgliedstaaten im Rat scheiterte. Daraufhin wurde vorwiegend auf deutsche Anregung der Aktionsplan in Form und Inhalt wesentlich verändert, ohne die ursprüngliche Zielsetzung, die Einführung des hochauflösenden Fernsehens, anzugreifen. Am 22. Juli 1993 haben ihn die Mitgliedstaaten verabschiedet.

Der Aktionsplan hat eine Laufzeit von vier Jahren bis zum 30. Juni 1997. Förderkriterium ist das Format 16:9 ohne Bindung an eine bestimmte Übertragungsnorm. Förderungswürdig sind sowohl die Produktion als auch die Ausstrahlung von Programmen im Format 16:9. Die zur Verfügung gestellten Mittel sollen einen Anteil der Zusatzkosten abdecken, die gegenüber der herkömmlichen Produktion/Abstrahlung entstehen.

Zur Finanzierung des Aktionsplans dient ein Budget von 228 Mio. ECU aus EG-Mitteln und 177 Mio. ECU aus Mitteln der Marktbeteiligten, welches sich zu etwa gleichen Teilen auf die Förderjahre verteilt. Die Gelder werden im Wege von Ausschreibungen in Form von Pauschalsätzen vergeben.

Inzwischen haben vier deutsche Programmanbieter (ARD, BR, ZDF und Premiere) mit der Ausstrahlung von 16:9-Programmen in der Sendenorm PALplus begonnen und entsprechende Projektvorschläge bei der EG-Kommission eingereicht. Der Aktionsplan ist auch für künftige, digitale Fernsehnormen offen.

Mit der Verabschiedung des Aktionsplanes haben die Staaten der EU einen bedeutenden Schritt auf dem Weg zur Einführung der Fernsehdienste im Format 16:9 vollzogen. Ohne die darin festgelegte Anschubfinanzierung würde sich die Einführung neuer Fernsehtechnologien erheblich verzögern und die europäische Unterhaltungselektronik ihren Vorsprung gegenüber anderen Anbietern auf dem Weltmarkt verlieren.

[56]) ABl. EG, Nr. C 237 vom 1. September 1993, S. 23.

8.2.6 Europarechtliche Wettbewerbsfragen

8.2.6.1 Grundzüge

Die Tätigkeit der Europäischen Union umfaßt nach Art. 3 g) EGV die Verpflichtung, ein System zu errichten, „das den Wettbewerb innerhalb des Binnenmarktes vor Verfälschungen schützt". Mit den in Art. 85 und 86 verankerten Wettbewerbsregeln steht ein Rechtsinstrument zur Verfügung, um gegen Wettbewerbsverstöße von Unternehmen vorgehen zu können.

Art. 85 Abs. 1 EGV verbietet Vereinbarungen und andere Verhaltensweisen von Unternehmen, die den Wettbewerb verzerren und den Handel zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigen können. Fällt eine Vereinbarung unter das Verbot des Art. 85 Abs. 1, ist sie ohne weiteres nichtig. Die Kommission kann anordnen, daß die Parteien die rechtswidrige Verhaltensweise abstellen, und Geldbußen verhängen.

Die Kommission ist berechtigt, das Verbot des Art. 85 EGV gemäß Art. 85 Abs. 3 für unanwendbar zu erklären, wenn die nachteiligen Wirkungen einer wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarung durch eine Reihe von Vorteilen hinreichend aufgewogen werden.

Art. 86 richtet sich gegen den Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, wenn damit Auswirkungen auf den zwischenstaatlichen Handel verbunden sind.

Art. 85 und 86 EGV finden auch Anwendung auf Rundfunkanstalten und auf Vereinigungen von Rundfunkanstalten.

8.2.6.2 ARD-Filmeinkauf

Eine Reihe von ARD-Anstalten hat 1984 in drei Verträgen mit der amerikanischen Filmproduktions- und Verleihfirma Metro-Goldwyn-Mayer/United Artists Entertainment Company (MGM/UA) exklusive Fernsehrechte für 1350 Filme aus dem Filmstock der Firma erworben. Ferner gingen die exklusiven Rechte für alle neuen Filme, die MGM/UA in den Jahren von 1984 bis 1998 produziert, für alle vorhandenen Zeichentrickfilme sowie für 416 Stunden Fernsehproduktion an die am Vertrag beteiligten ARD-Anstalten über. Die Lizenzdauer beträgt für jeden Film 15 Jahre; das Lizenzgebiet umfaßt die Bundesrepublik Deutschland, Luxemburg, Südtirol und andere deutschsprachige Gebiete außerhalb der Europäischen Union.

Die EG-Kommission hat am 22. Dezember 1986 auf der Grundlage von Art. 85 Abs. 1 EWGV ein Verfahren eingeleitet und die große Anzahl der Filme, die lange Dauer der Lizenzzeit und den Umfang des Lizenzgebietes beanstandet. Sie war der Auffassung, die Verträge würden eine Beschränkung des Wettbewerbs im Bereich der Filmrechtebeschaffung und eine Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels bewirken.

Am 2. Dezember 1988 haben die Rundfunkanstalten die betroffenen Verträge angemeldet und eine Freistellung gemäß Art. 85 Abs. 3 EWGV beantragt. Zuvor hatten sie sich damit einverstanden erklärt, eine Lizenzierung der Filme an andere Fernsehveranstalter innerhalb des Lizenzgebietes zu ermöglichen. Zu diesem Zweck haben sie mit dem amerikanischen Vertragspartner eine Vereinbarung getroffen, wonach dieser Lizenzen zur Ausstrahlung seiner Filme an andere Fernsehveranstalter im Rahmen sog. Fenster vergeben darf, während die ARD-Anstalten die Filme selbst nicht nutzen. Diese Fenster betragen zwischen zwei und acht Jahren. Sie sind gestaffelt und beginnen teilweise vor, teilweise während der Nutzung durch die ARD-Anstalten, die insoweit unterbrochen wird. Die Rundfunkanstalten der ARD stellen den anderen Lizenznehmern geeignete Kopien der Filme zur Verfügung, wenn vorhanden in deutscher Fassung. Falls eine deutsche Version noch nicht vorhanden ist, beteiligen sich die ARD-Anstalten zu 50 % an den Synchronisationskosten.

Außerdem kann der amerikanische Vertragspartner im gesamten Lizenzgebiet Lizenzen für die fremdsprachige Ausstrahlung der Filme erteilen, was durch die ursprünglichen Verträge ausgeschlossen war.

Am 15. September 1989 erteilte die EG-Kommission eine Freistellung vom Kartellverbot gemäß Art. 85 Abs. 3 EWGV unter Berücksichtigung des Umstandes, daß durch die Verträge viele Filme erstmals für deutsche Fernsehzuschauer zugänglich wurden.[57])

8.2.6.3 Eurosport/EBU-Sportrechte

Am 3. April 1989 hat die European Broadcasting Union/Europäische Rundfunkunion (EBU) einen Antrag gestellt auf Erteilung eines Negativattests oder ersatzweise auf Freistellung nach Art. 85 Abs. 3 EWGV für ihre Statutsbestimmungen und sonstigen Regeln, betreffend den Austausch von Sportprogrammen im Rahmen von Eurovision und den vertraglichen Zugang Dritter zu solchen Programmen.

Auf Verlangen der Kommission hat die EBU ihre Regeln für den vertraglichen Zugang von Nichtmitgliedern geändert. Nach der am 26. Februar 1993 vorgelegten Neufassung verpflichtet sie sich, einen umfassenden Zugang zu Eurovision-Sportprogrammen zu gewähren. Unter der Auflage, daß sich die EBU bzw. deren Mitglieder und die Drittparteien gegenseitigen Zugang zu Fernsehrechten für Sportveranstaltungen einräumen, entschied die Kommission am 11. Juni 1993 im Sinne dieser Neufassung. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war im Sinne des Art. 85 Abs. 3 EWGV die Überlegung, daß das Eurovisionssystem eine Reihe von Vorteilen bietet. Z. B. erleichtert der gemeinsame Einkauf finanzschwachen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus kleinen Mitgliedstaaten der Gemeinschaft den Zugang zu sportlichen Spitzenereignissen und die Erfüllung ihres Programmauftrags zum Nutzen der europäischen Zuschauer.

---

[57]) ABL. EG, Nr. L 284 vom 3. Oktober 1989, S. 36.

Im Zusammenhang mit dem Verfahren in Sachen Eurovisionsrechte für Sportveranstaltungen ist bei der EG-Kommission ein weiteres Verfahren anhängig. Der englische Sportprogrammveranstalter Screensport hatte am 17. Dezember 1987 Beschwerde eingelegt u. a. gegen das Vorhaben einer Reihe von EBU-Mitgliedern, gemeinsam mit News International (Sky) ein Fernsehsportprogramm namens Eurosport zu gründen.

Eurosport ist wie Screensport ein transnationales Satellitenprogramm, das ausschließlich Sportveranstaltungen überträgt und seit dem 5. Februar 1989 über den Astra-Satelliten verbreitet wird. Am 17. Januar 1989 haben das Eurosport-Konsortium (17 EBU-Mitglieder) und Sky-Television ihre Verträge und Vereinbarungen angemeldet und einen Antrag auf Erteilung eines Negativattests gestellt. Die Kommission hat am 19. Februar 1991 entschieden: Die Vereinbarungen zwischen dem Eurosport-Konsortium und Sky-Television verstoßen insoweit gegen Art. 85 Abs. 1 EWGV, als sie Eurosport einen direkten Zugang zum Eurovisionssystem einräumen. Der Antrag auf Freistellung nach Art. 85 Abs. 3 EWGV wurde abgelehnt.[58]) Nach Änderung der Rechts- und Betriebsform von Eurosport lief der Sendebetrieb in der neuen Form am 1. März 1993 an.[59]) Die redaktionelle Leitung liegt in den Händen des Eurosport-Konsortiums, das weiterhin für die Sendungen verantwortlich zeichnet.

Die Europäische Kommission beabsichtigt, eine positive Stellungnahme abzugeben, weil sich die Sachlage geändert hat, nachdem TF 1 anstelle von Sky-Television in das Konsortium eingetreten ist; TF 1 ist EBU-Mitglied und kein potentieller Wettbewerber.

8.2.6.4 Beschwerde von TF 1 gegen France 2 und 3

Im März 1993 hat der privatisierte Fernsehsender TF 1 bei der EG-Kommission eine auf Art. 92 i.V.m. Art. 90 EWGV (mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbare Beihilfen für öffentliche Unternehmen) gestützte Beschwerde gegen den französischen Staat wegen der Unterstützung der in öffentlichem Eigentum befindlichen Fernsehveranstalter France 2 und France 3 erhoben. Gleichzeitig hat er sich über unfairen Wettbewerb durch diese öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter beklagt, der mit Art. 85 und 86 EWGV nicht zu vereinbaren sei.

Nach Ansicht des Klägers arbeiten die beiden Sender unter einer gemeinsamen Generaldirektion und nutzten Rationalisierungsmöglichkeiten durch den gemeinsamen Einkauf sowie die gemeinsame Verwertung von Sport- und Filmrechten. Dazu komme, daß in Frankreich das Senden von Spielfilmen quotenmäßig pro Kanal streng begrenzt sei und die Verwertung auf zwei Kanälen dem Einkäufer der branchenüblichen Filmpakete naturgemäß leichter falle als die Verwertung in nur einem Kanal. Die beiden Staatssender verkauften ihre Werbezeit auch durch eine gemeinsame Agentur und könnten durch aufeinander abgestimmte Programmschemata und häufige gegenseitige Programmhinweise Werbetreibenden hohe Reichweiten garantieren.

Eine weitere Benachteiligung sieht TF 1 darin, daß die Nichteinhaltung der strengen französischen Quoten für französische bzw. europäische Werke am Fernsehprogramm bei dem Privatsender TF 1 mit hohen Geldbußen geahndet werde, bei France 2 und 3 jedoch nur zu folgenlosen Beanstandungen der Aufsichtsgremien führe. Bei der Finanzierung decke der französische Staat Defizite großzügig ab, erlaube den Anstalten damit oftmals Angebote für Senderechte außerhalb des kaufmännisch Verantwortbaren und ermögliche einen unfairen, staatlich geförderten Wettbewerb gegenüber der rein privatwirtschaftlichen und auf Rentabilität angewiesenen Konkurrenz.

Die EG-Kommission hat aufgrund dieser Beschwerde eine Untersuchung eingeleitet und das Verfahren mit einer Untersuchung der offenbar ähnlich gelagerten Beschwerden der beiden spanischen privaten Fernsehveranstalter Antena 3 und Tele 5 verbunden. Eine Entscheidung ist bis März 1994 noch nicht getroffen worden.

8.2.6.5 Britische Buchpreisbindung

Die EG-Kommission hat mit einer Entscheidung vom 12. Dezember 1988 festgestellt, daß die zwischen britischen und irischen Verlegern bestehenden Standardverkaufsbedingungen für preisgebundene Bücher (Nettopreisvereinbarung) sowie andere Vereinbarungen eine Zuwiderhandlung gegen das Kartellverbot des EWG-Vertrages darstellen, soweit sie den Buchhandel zwischen diesen Staaten betreffen. Der Antrag auf Abgabe einer Freistellungserklärung gemäß Art. 85 Abs. 3 des EWG-Vertrages für die Vereinbarung wurde von der EG-Kommission abgelehnt. Die britische Verlegervereinigung hat gegen die Entscheidung der EG-Kommission Klage zum Gericht erster Instanz[60]) erhoben.

In seinem Urteil vom 9. Juli 1992 in der Rechtssache T-66/89 hat das Gericht in erster Instanz die Klage der britischen Buchverleger in vollem Umfang abgewiesen. Der Hinweis der Kläger, daß die streitigen Vereinbarungen den Handel zwischen den Mitgliedstaaten nicht wesentlich beeinträchtigen, wurde vom Gericht zurückgewiesen. Insoweit genüge der Hinweis, daß sich ein wettbewerbsfeindliches Verhalten, das auf das Gebiet eines einzigen Mitgliedstaates beschränkt ist, auf die Handelsströme und den Wettbewerb im Gemeinsamen Markt auswirken kann und

---

[58]) ABl. EG, Nr. L 63 vom 9. März 1991, S. 32.

[59]) Für Sky-Channel trat Télévision Française 1 (TF 1), ein Mitglied der EBU, in das Konsortium ein; zusätzlich gab es Verträge mit neuen Partnern: Canal Plus, ESPN (Entertainment and Sports Programming Network), Générale d'Images, sämtlich Aktionäre von TESN (The European Sports Network).

[60]) Gemäß § 168a EWG-Vertrag ist das „Gericht erster Instanz" beim Europäischen Gerichtshof in Luxemburg für Klagen juristischer Personen zuständig, die sich gegen Entscheidungen der EG-Kommission in Wettbewerbsfragen richten.

daß die Einfuhr von Büchern aus dem Vereinigten Königreich nach Irland 80 % der dortigen Gesamteinfuhren von Büchern darstellt, wovon etwa 75 % als Bücher mit Preisbindung vermarktet werden. Das Gericht sah die Vereinbarungen der britischen Buchverleger als ein System an, das weit über das unbedingt erforderliche Maß hinaus geht, indem es einheitliche Verkaufsbedingungen zwingend auferlegt, die den freien Wettbewerb einschränken. Die britischen Verleger haben gegen das Urteil Rechtsmittel zum Europäischen Gerichtshof eingelegt.

Das deutsche Preisbindungssystem ist durch das Urteil des Gerichts erster Instanz nicht unmittelbar betroffen. Im Zusammenhang mit dem Inkrafttreten des Europäischen Wirtschaftsraumes (EWR) plant der Börsenverein des Deutschen Buchhandels zusammen mit den schweizerischen und österreichischen Verleger- und Buchhändlerverbänden die Einführung eines einheitlichen Systems gebundener Endverbraucherpreise durch Einzelvereinbarungen zwischen Buchhändlern und Verlegern im Wege des sog. Sammelreverses nach dem Vorbild des deutschen Preisbindungssystems. Da dieses System grenzüberschreitende Wirkungen hätte, müßte die Vereinbarung von der Europäischen Kommission vom Kartellverbot des EWG- und EWR-Vertrages freigestellt werden. Die ersten Gespräche hierzu haben bereits stattgefunden.

8.2.7 Besteuerung der Fernsehgebühren

Die Kommission hat am 22. Juli 1992 einen Richtlinienvorschlag[61]) vorgelegt, der verbliebene Ausnahmen der 6. EG-Richtlinie zur Harmonisierung der Umsatzsteuern vom 17. Mai 1977 (77/388/EWG) beseitigen soll. Er sieht grundsätzlich auch die Besteuerung der „Tätigkeiten der Rundfunk- und Fernsehveranstalter" vor, erlaubt aber denjenigen Mitgliedstaaten, welche die nichtgewerblichen Umsätze der öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanstalten derzeit von der Steuer befreien, für eine Übergangszeit dieses Steuerprivileg beizubehalten.[62])

In der Bundesrepublik Deutschland ist nach geltendem Recht die nichtgewerbliche Tätigkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Umsatzsteuer nicht unterworfen.

Mit dem Vorschlag, die Tätigkeit der Rundfunk- und Fernsehanstalten grundsätzlich als gewerbliche Tätigkeit der Umsatzbesteuerung zu unterwerfen, geht die Kommission über den Auftrag des Rates aus der am 18. Juli 1989 verabschiedeten 18. EG-Richtlinie zur Harmonisierung von Umsatzsteuern weit hinaus. Danach sollten nur Übergangsregelungen der 6. EG-Richtlinie, die zu Wettbewerbsverzerrungen führen, abgebaut werden. Der Vorschlag der Kommission sieht dagegen eine völlige Neuregelung der Umsatzbesteuerung von Rundfunk- und Fernsehanstalten vor.

[61]) ABl. EG, Nr. C 205 vom 13. August 1992, S. 6.

[62]) Art. 6 der vorgeschlagenen Richtlinie zur Änderung von Art. 28 (3 b) der RL 77/388/EWG.

Die Neuregelung stellt den mit der 6. EG-Richtlinie im Jahre 1977 gefundenen Gesamtkompromiß zur Umsatzsteuerharmonisierung in Frage. Seinerzeit hatte sich der Rat im Grundsatz für eine Nichtbesteuerung der Tätigkeiten der öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanstalten ausgesprochen, den Mitgliedstaaten aber gleichzeitig die Möglichkeit gegeben, diese Tätigkeiten zu besteuern. Diese Ausgangslage würde durch den Vorschlag der EG-Kommission von 1992 in ihr Gegenteil verkehrt.

Aus den genannten grundsätzlichen Erwägungen ist nach Auffassung der Bundesregierung die von der Kommission vorgeschlagene Regelung nicht akzeptabel. Dabei kann zunächst offenbleiben, ob die Einführung einer Besteuerung der Tätigkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die nach der Neufassung des Art. 105 GG in die Kompetenz des Bundesgesetzgebers fiele, mit dem Lastenverteilungsgrundsatz des Art. 104 a Abs. 1 GG zu vereinbaren ist.

8.2.8 EuGH-Rechtsprechung

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat im Berichtszeitraum in Fernsehangelegenheiten seine Rechtsprechung aus den Jahren 1974 bis 1980 durch eine Reihe von Entscheidungen gefestigt und fortentwikkelt. Zu nennen sind:

- die „Bond van Adventeers"-Entscheidung[63]),
- die „Elliniki Radiophonia"-Entscheidung[64]),
- die „Antennevoorziening"-Entscheidung[65]),
- die Entscheidung in dem Verfahren der Kommission gegen das Königreich der Niederlande[66]),
- die „Kabelregelings"-Entscheidung[67]),
- die „Veronica"-Entscheidung[68]).

Seine erstmals 1974 in der „Sacchi"-Entscheidung[69]) getroffene Feststellung, wonach Fernsehsendungen — insbesondere auch zu Werbezwecken — unter die Vertragsvorschriften für Dienstleistungen fallen, hat der Gerichtshof in den jüngeren Entscheidungen regelmäßig bekräftigt.

Diese grundlegende Feststellung hat der EuGH im Jahre 1980 in der „Debauve"-Entscheidung[70]) und

[63]) Urteil des Gerichtshofs vom 26. April 1988, Rechtssache C-352/85. In: Amtl. Slg. 1988, S. 2086.

[64]) Urteil des Gerichtshofs vom 18. Juni 1991, Rechtssache C-260/89. In: Amtl. Slg. 1991, S. 2951.

[65]) Urteil des Gerichtshofs vom 25. Juli 1991 in der Rechtssache C-288/89 auf Vorab-Entscheidungsersuchen des niederländischen Raad van State. In: Amtl. Slg. 1991, S. 4007.

[66]) Urteil des Gerichtshofs vom 25. Juli 1991, Rechtssache C-353/89. In: Amtl. Slg. 1991, S. 4069.

[67]) Urteil des Gerichtshofs vom 16. Dezember 1992, Rechtssache C-24/9.

[68]) Urteil des Gerichtshofs vom 3. Februar 1993, Rechtssache C-148/91.

[69]) Vorab-Entscheidungsverfahren auf Ersuchen des Tribunale de Biella. In: Amtl. Slg. 1974, S. 407.

[70]) Urteil des Gerichtshofs vom 18. März 1980, Rechtssache C-52/79. In: Amtl. Slg. 1980, S. 833.

der „Coditel"-Entscheidung[71]) um die Feststellung ergänzt, daß auch die Verbreitung von Fernsehsendungen über Kabel unter die Dienstleistungsvorschriften fällt.

Der Gerichtshof hat allerdings Beschränkungen der dem Grundsatz nach eingreifenden Dienstleistungsfreiheit zugelassen. In der „Elliniki Radiophonia"-Entscheidung z. B. hat er im Anschluß an die „Sacchi"-Entscheidung hervorgehoben: das Gemeinschaftsrecht steht der Einräumung eines Fernsehmonopols aus im öffentlichen Interesse liegenden Gründen nichtwirtschaftlicher Art nicht entgegen. Auch in der „Antennevoorziening"-Entscheidung und der „Kabelregelings"-Entscheidung hat er betont, aus Gründen des nationalen Allgemeininteresses seien Beschränkungen des freien Sendeverkehrs zulässig.

8.3 Presse

8.3.1 Tabakwerbung

Die sich bei Verabschiedung des Richtlinienvorschlages zur Tabakwerbung ergebenden Auswirkungen auf das deutsche Recht und der Standpunkt der Bundesregierung sind in Kapitel D.V.7.3 dargestellt.

8.3.2 Heilmittelwerbung

In Kapitel D.V.7.2 wird auf die EG-Richtlinie über die Werbung für Humanarzneimittel und die Übereinstimmung mit dem deutschen Recht hingewiesen.

8.3.3 Umsatzsteuer für Presseerzeugnisse

Nach den Regelungen der 6. EG-Richtlinie sind Zeitungsvertriebsumsätze steuerbar und steuerpflichtig. Allerdings ermöglicht es die EG-Richtlinie 92/77/EWG, die sog. Steuersatzrichtlinie vom 19. Oktober 1992[72]), einen ermäßigten Steuersatz u. a. auf die Lieferung von Zeitungen und Zeitschriften mit Ausnahme von Druckerzeugnissen, die vollständig oder im wesentlichen Werbezwecken dienen, anzuwenden. Der ermäßigte Steuersatz darf dabei nicht unter 5 % liegen. In der Bundesrepublik Deutschland sind entsprechende Umsätze einem ermäßigten Steuersatz von 7 % unterworfen. Diese Regelung hält sich im Rahmen der von der Richtlinie gezogenen Grenzen.

Nach den Regelungen der Steuersatzrichtlinie können einzelne Mitgliedstaaten jedoch für eine Übergangszeit, die am 31. Dezember 1996 enden soll, auf diese Umsätze vorübergehend einen Steuersatz anwenden, der unter 5 % liegt, sofern dieser schon am 1. Januar 1991 bestanden hat. Mehrere Mitgliedstaaten machen von der Möglichkeit Gebrauch. Diese Regelung, die im Rahmen eines Globalkompromisses vereinbart wurde, soll nach dem Willen der Bundesregierung mit dem Ende der vorgesehenen Übergangszeit auslaufen.

8.4 Europäische Regelungen mit medienpolitischer Relevanz

Im Berichtszeitraum entstand eine Reihe von europäischen Regelungen bzw. Regelungsvorhaben, deren Zentralthema nicht unmittelbar dem Medienbereich zuzuordnen ist, die aber in wesentlichen Einzelpunkten Medienbezug haben. Einige dieser Regelungen sind nachstehend angesprochen.

8.4.1 Europäische Betriebsräte

Die Verwirklichung des europäischen Binnenmarktes führt zum weltweit größten Wirtschafts- und Sozialraum und erfordert auch für die Arbeitnehmervertreter Formen einer grenzüberschreitenden Kooperation.

Nach dem Scheitern der sog. Vredeling-Initiative hat die Kommission der Europäischen Gemeinschaften einen 1991 modifizierten Entwurf für eine Richtlinie zur Einsetzung Europäischer Betriebsräte vorgelegt.[73]) Ziel dieser Richtlinie soll es sein, Informations- und Konsultationsrechte der Arbeitnehmer in gemeinschaftsweit operierenden Unternehmen und Konzernen zu verankern und damit die Grundlage für einen institutionalisierten Dialog über die Grenzen hinweg zu schaffen.

Umfang, Zusammensetzung, Aufgaben und Befugnisse sowie die Arbeitsweise des Europäischen Betriebsrats sollen in erster Linie durch Verhandlungslösungen der direkt Beteiligten festgelegt werden.

Die nach dem Richtlinienentwurf vorgesehenen Beteiligungsrechte des Europäischen Betriebsrates beschränken sich ausschließlich auf die Pflicht zur Information und Konsultation. Der Europäische Betriebsrat besitzt weder Mitbestimmungsrechte noch kann er Unternehmensentscheidungen blokkieren oder verhindern. Die unterschiedlichen Strukturen und Beteiligungsrechte der nationalen Interessenvertretungen bleiben ausdrücklich unberührt.

Die Bundesregierung hat diesen Richtlinienentwurf nachhaltig unterstützt, jedoch u. a. das Fehlen einer Tendenzschutzbestimmung kritisiert.[74]) Nach jahrelanger schwieriger Diskussion im Rat konnte nunmehr ein gemeinsamer Standpunkt zur Richtlinie festgelegt werden, deren endgültige Verabschiedung jetzt unter deutscher Präsidentschaft ansteht. Die aus deutscher Sicht noch klärungsbedürftigen Punkte konnten im Sinne der Bundesregierung geregelt werden. Insbesondere wird jetzt den Mitgliedstaaten ausdrücklich die Möglichkeit eingeräumt, sicherzustellen, daß Tendenzunternehmen die Freiheiten in Anspruch nehmen können, die ihnen das in den einzelnen Mitgliedstaaten geltende Recht einräumt.

---

[71]) Urteil des Gerichtshofs vom 18. März 1980, Rechtssache C-62/79. In: Amtl. Slg. 1980, S. 881.

[72]) ABl. EG, Nr. L 316, S. 1.

[73]) ABl. EG, Nr. C 336 vom 31. Dezember 1991, S. 11.

[74]) Zum Tendenzschutz vgl. Kapitel D.IV.3.

8.4.2 Baukoordinierungs-/Lieferkoordinierungs-/Dienstleistungsrichtlinie

Diejenigen Richtlinien, die die Vergabe von Bau- bzw. von Lieferaufträgen durch bestimmte Unternehmen betreffen und ein einheitliches Ausschreibungsverfahren für Aufträge ab einem bestimmten Auftragswert vorschreiben, sind lediglich für staatliche Stellen bzw. Unternehmen relevant oder für solche, die — etwa durch Bestellung von Mitgliedern der Aufsichts- oder Leitungsgremien durch den Staat — unter staatlichem Einfluß stehen.[75])

Nicht endgültig geklärt ist die Frage, ob zu diesem Kreis auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zählen; zwar können einzelne staatliche Stellen Vertreter in die Aufsichtsgremien der öffentlich-rechtlichen Anstalten entsenden, dies darf aber gerade nicht zu einer unmittelbaren staatlichen Einflußnahme führen, die dem verfassungsrechtlich verankerten Prinzip der Staatsunabhängigkeit der Rundfunkanstalten widerspräche. Die Sichtweise der Europäischen Kommission (die auch im Grünbuch der Europäischen Kommission zu Medienkonzentration und Pluralismus[76]) ihren Niederschlag gefunden hat), bei den Anstalten von „staatlichen Unternehmen" zu sprechen, ist daher aus der Sicht des deutschen Verfassungsrechts abzulehnen.

Eine Klarstellung zugunsten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist lediglich in der sog. Dienstleistungsrichtlinie[77]) erfolgt: Sie sind von der Anwendung dieser Richtlinie insoweit ausgenommen, als es sich um Dienstleistungsaufträge zur Herstellung von Programmen oder zur Ausstrahlung von Sendungen handelt.

8.4.3 Harmonisierung der EG-/EU-Statistiken

Vor dem Hintergrund der Vollendung des EG-Binnenmarktes und der in Maastricht beschlossenen Europäischen Union ist es ein Grundanliegen der Gemeinschaft, die Statistiken der Mitgliedstaaten zu harmonisieren. Die nationalen statistischen Ergebnisse lassen sich nur dann zu europäischen Gesamtergebnissen zusammenfassen, wenn sie miteinander vergleichbare Informationen enthalten. Die zunehmende Bedeutung einer solchen Statistik für Europa ergibt sich aus den der EU übertragenen politischen Kompetenzen für einzelne Sachbereiche (statistische Information als Entscheidungs- und Planungsgrundlage) und den im Maastrichter Vertrag verankerten Konvergenzkriterien, die statistische Meßzahlen darstellen (z. B. Preisniveauentwicklung).

Die Harmonisierungsbemühungen im Bereich der Statistik beeinflussen auch den Medienbereich. Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die EG-Verordnungen zur Vereinheitlichung der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige (NACE-Rev. 1)[78]) und zur Gemeinschaftserhebung über die Güterproduktion (PRODCOM)[79]) nach einer einheitlichen Gütersystematik. Die NACE-Systematik ordnet beispielsweise das Verlagsgewerbe, das in Deutschland bisher als Dienstleistungsgewerbe eingestuft wurde, dem Verarbeitenden Gewerbe, zu. Die PRODCOM-Verordnung verlangt statistische Erhebungen im Verarbeitenden Gewerbe, deren Ergebnisse an das Statistische Amt der EU (EUROSTAT) zu liefern sind. Da die Verordnungen in allen Mitgliedstaaten unmittelbar geltendes Recht darstellen, ist es notwendig, die nationalen Erhebungsprogramme — sofern sie davon abweichen und eine angemessene Übergangsfrist abgelaufen ist — an die europäischen Erfordernisse anzupassen. Ferner hat der Rat 1993 eine Verordnung beschlossen, die den Aufbau und die Pflege von sog. Unternehmensregistern für statistische Verwendungszwecke regelt. Wesentliche Teile dieser Register, die auch Unternehmen aus dem Medienbereich erfassen, sollen bis Ende 1995 aufgebaut sein.

EUROSTAT bereitet im übrigen weitere Rechtsakte zur Harmonisierung der Unternehmensstatistiken vor, die Jahreserhebungen über Strukturdaten ebenso betreffen wie Monatserhebungen zur Konjunkturbeobachtung. Auch wird eine vertiefende Darstellung des Dienstleistungsbereichs angestrebt. Diese Maßnahmen machen eine Anpassung des Statistischen Systems der Bundesrepublik Deutschland erforderlich, die zu gegebener Zeit umzusetzen ist und auch den Mediensektor betreffen wird.

Die Bundesregierung erkennt das Anliegen der Union an, die Statistiken in den Mitgliedstaaten zu harmonisieren. Sie achtet darauf, daß die EU bei der Wahrnehmung dieser Aufgabe die in der Statistik allgemein anerkannten und bewährten Prinzipien beherzigt, z. B. die Grundsätze der Objektivität und Neutralität sowie den Vorrang von kosten- und belastungsarmen Stichprobenerhebungen vor aufwendigen Totalzählungen gerade im Hinblick auf die Kosteneinsparung im nationalen statistischen Bereich. Dies ist auch im Sinne des Subsidiaritätsprinzips und entspricht dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit. Zugleich sind die unterschiedlichen, traditionell gewachsenen Statistiksysteme in den Mitgliedstaaten zu berücksichtigen, die insbesondere die Beschaffung von und den Umgang mit Daten sowie den organisatorischen und rechtlichen Rahmen statistischer Arbeit betreffen.

---

[75]) Namentlich zu nennen sind: RL 93/36/EWG des Rates vom 14. Juni 1993 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Lieferaufträge, ABl. EG, Nr. L 199 vom 9. August 1993, S. 1; RL 93/37/EWG des Rates vom 14. Juni 1993 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Bauaufträge, ABl. EG, Nr. L 199 vom 9. August 1993, S. 54.

[76]) Dok. KOM (92) 480 endg.

[77]) RL 92/50/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Dienstleistungsaufträge, ABl. EG, Nr. L 209 vom 24. Juli 1992, S. 1.

[78]) ABl. EG, Nr. L 293, S. 1.

[79]) ABl. EG, Nr. L 374, S. 1.

8.4.4 Richtlinienvorschlag über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz

Die Europäische Kommission hat einen Richtlinienvorschlag über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (Distanzgeschäfte) vorgelegt mit dem Ziel, im Zusammenhang mit der Vollendung des Binnenmarktes und der zunehmenden Verwendung neuer Technologien im Fernabsatz das Recht zu harmonisieren, um gleichartige Wettbewerbsbedingungen für die Anbieter zu schaffen und den Verbraucherschutz auf einem hohen und einheitlichen Schutzniveau anzusiedeln.[80])

Der Richtlinienvorschlag enthält Regelungen über die Werbung, die Vertragsanbahnung und den Vertragsabschluß bei Geschäften, die ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragspartner unter Verwendung einer Fernkommunikationstechnik zustande kommen. Kernpunkt des Vorschlags ist ein Recht auf Rücktritt vom Vertrag, welches dem Verbraucher innerhalb einer Frist von sieben Tagen ab Empfang des Erzeugnisses oder der Dienstleistung eingeräumt werden soll. Weiterhin ist daran gedacht, umfangreiche Anforderungen an die Art und die Vollständigkeit der vertragsanbahnenden Erklärungen des Anbieters zu stellen, wonach dieser verpflichtet ist, den Verbraucher nach Vertragsabschluß schriftlich über bestimmte Punkte des Vertragsinhalts zu informieren.

Der Anwendungsbereich der Richtlinie erfaßt unter anderem Fernabsatzverträge, die mit Hilfe von Medien zustande kommen. Zu nennen sind hier etwa Verkaufssendungen im Fernsehen (Teleshopping) sowie Bestellaufforderungen in Presseerzeugnissen und über Bildschirmtext (Btx). Bedeutung für die Medien und die von ihnen verbreiteten Inhalte kann der Richtlinienvorschlag dadurch erlangen, daß er auch Vorschriften enthält, die die Art und Weise der Darbietung des Produkts betreffen, damit die Verwendung von Fernkommunikationstechniken, mit denen ein Anbieter den Verbraucher zum Vertragsabschluß auffordert, unter Rücksichtnahme auf die Privatsphäre des Verbrauchers erfolgt. Ferner soll jede Aufforderung zum Vertragsabschluß so gestaltet sein, daß die Grundsätze über Lauterkeit im Handel und zum Schutz Minderjähriger gewahrt werden. Im Fernsehen sind bei Verkaufssendungen dieselben Anforderungen an den Minderjährigenschutz zu stellen, wie sie die Richtlinie 89/522/EWG des Rates für die übrigen Fernsehsendungen vorsieht.

Auf Unionsebene haben die Beratungen begonnen. Einzelne Mitgliedstaaten haben auf erste Probleme hingewiesen. Greifbare Ergebnisse sind weder bis jetzt zu verzeichnen noch in absehbarer Zeit zu erwarten. Die Bundesregierung lehnt den Richtlinienvorschlag ab. Es ist zweifelhaft, ob für die Richtlinie neben dem bestehenden nationalen und „europäischen" Recht ein Bedarf besteht. Dies gilt vor allem mit Blick auf den Grundsatz der Subsidiarität gemeinschaftsrechtlicher Regelungen. Der Vorschlag ist zu weitgehend, da er sämtliche Waren- und Dienstleistungsgeschäfte erfaßt, unabhängig davon, ob sie unter Verwendung neuer Technologien (z. B. Teleshopping, Btx) oder herkömmlicher Kommunikationsmittel (z. B. Brief, Telefon) zustande kommen.

[80]) ABl. EG, Nr. C 308 vom 15. November 1993, S. 18.

8.4.5 Datenschutzrichtlinie

Der Entwurf einer EG-Richtlinie zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr[81]) sieht in Art. 9 ein weitgehendes Medienprivileg vor, das es den Mitgliedstaaten ermöglicht, die Anwendbarkeit und den Anwendungsumfang der Datenschutzregelungen im Bereich der Medien weiterhin nach ihren Vorstellungen zu regeln. Damit ist sichergestellt, daß das Medienprivileg des deutschen Datenschutzrechtes[82]) auch nach einer europäischen Harmonisierung erhalten bleiben kann. Änderungen, die Auswirkungen auf das deutsche Medienrecht haben könnten, sind von der Richtlinie nicht zu erwarten.

8.5 Künftige Entwicklung in der EU

Die Medienpolitik der EU hat in vielen Bereichen (z. B. Werbung und Sponsoring, Urheberrecht) europäische Standards formuliert und zur Harmonisierung der nationalen Regelungen geführt. Dieser Prozeß ist aus deutscher Sicht weitgehend abgeschlossen. Es wird aber noch zu prüfen sein, ob und in welcher Form die bevorstehende Digitalisierung und die Entstehung neuer Kommunikationsdienste Anpassungen dieses Regelungswerkes erforderlich machen. Einen Schwerpunkt in der europäischen Medienpolitik werden in den nächsten Jahren Maßnahmen zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen audiovisuellen Sektors bilden. Unabhängig davon muß sich zukünftig der Blick nach außen richten. Dabei geht es im wesentlichen um zwei Kernfragen: die Ausdehnung des Anwendungsbereichs des Rechts der EU sowie die Standortbestimmung der europäischen Medienwirtschaft und der europäischen Medienpolitik angesichts der wachsenden Zahl und Bedeutung transkontinentaler Medienunternehmen und einer zunehmenden Globalisierung von Teilen der Medienwirtschaft.

8.5.1 Europäischer Wirtschaftsraum (EWR)

Durch das Inkrafttreten des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) am 1. Januar 1994 zwischen der EU und ihren Mitgliedstaaten sowie Österreich, Finnland, Island, Liechtenstein, Norwegen und Schweden ist ein Wirtschaftsraum entstanden, in dem die Prinzipien des freien Warenverkehrs, der Freizügigkeit, des freien Dienstleistungsverkehrs und des freien Kapitalverkehrs in gleicher Weise gelten wie schon bisher im „Europa der Zwölf".

[81]) Dok. KOM (92) 422 endg. Abgedruckt in: ABl. EG, Nr. C 311 vom 27. November 1992, S. 30.

[82]) Vgl. hierzu Kapitel D.V.6.

Die bisherige Trennung zwischen der EG und der EFTA verliert damit an Bedeutung. Das Abkommen über den EWR hat zu einer Ausdehnung des europäischen Rechtsstandards auch in der Medienpolitik auf die nun assoziierten sechs neuen Staaten geführt. Insbesondere der Anwendungsbereich der Fernsehrichtlinie wird damit ausgedehnt; das Fernsehübereinkommen des Europarats verliert für die Beziehungen Deutschlands zu diesen assoziierten Staaten an Bedeutung.

8.5.2 Künftige Medienpolitik in der EU

Neben die geographische Ausweitung des Anwendungsbereichs des bereits jetzt in der EU geltenden europäischen Medienrechts tritt eine inhaltliche Erweiterung durch die Aufnahme der kulturpolitischen Kompetenz (in Art. 128 EGV) in den Kompetenzkatalog der Union.

Diesen Kompetenzerweiterungen der EU stehen allerdings gegenläufige Tendenzen gegenüber. In Art. 128 EGV ist erstmalig ausdrücklich vertraglich festgeschrieben, daß die EU für wesentliche Fragen des nationalen Medienrechts keine Harmonisierungskompetenz besitzt. Wie das Bundesverfassungsgericht in seiner „Maastricht"-Entscheidung festgestellt hat, wäre eine erweiternde Auslegung der Kompetenzen der Union durch ihre Organe, die einer Vertragserweiterung gleichkäme, unzulässig.

Außerdem wächst innerhalb der EU die Einsicht in die Grenzen der Wirksamkeit europäischen Medienrechts. Bestand Ende der achtziger Jahre noch die berechtigte Hoffnung, durch europarechtliche Regelungen einheitliche und durchsetzbare Standards in der Medienpolitik festschreiben zu können, so stehen angesichts der deutlich verbesserten technischen Möglichkeiten insbesondere in der Satellitentechnik zumindest Fernsehveranstalter nicht vor unüberwindbaren technischen Schwierigkeiten, wenn sie sich durch Abwanderung in nichteuropäische Staaten der Anwendung dieser Regelungen entziehen wollen.

Die Diskussion über den Stellenwert der audiovisuellen Medien im Rahmen der GATT-Uruguay-Runde und die sich abzeichnenden technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen auf dem Mediensektor in Amerika und in Asien lassen die Erkenntnis wachsen, daß künftig für eine Reihe medienpolitischer Fragen der geographische Anwendungsbereich europäischen Medienrechts zu klein sein dürfte.

9 Euronews

Seit Ende 1988 beschäftigten sich die Gremien der Europäischen Rundfunkunion (EBU) mit dem Vorhaben, einen europäischen Nachrichtenkanal unter dem Arbeitstitel „Euronews" zu schaffen. Eine Studie der an dem Projekt interessierten Mitgliedsorganisationen der EBU gelangte zu dem Ergebnis, ein über Satellit ausgestrahlter und damit europaweit empfangbarer Nachrichtenkanal sei journalistisch und rundfunkpolitisch wünschenswert und grundsätzlich realisierbar. Daraufhin hat die EBU Kontakte zur EG geknüpft, um finanzielle Zuschüsse zu erhalten.

Am 8. Mai 1991 unterzeichneten zwölf EBU-Mitglieder, darunter auch ARD und ZDF, ein Statut zur Gründung des Arbeitsauschusses Euronews Development (END) für die Entwicklung und Einrichtung eines europäischen Nachrichtenkanals. Aufgabe dieses Arbeitsstabes war es, die weiteren Voraussetzungen für eine Realisierung des Vorhabens, insbesondere finanzielle und rechtliche Fragen, zu klären sowie eine Entscheidung über den künftigen Sitz zu treffen.

Die Mitwirkung von ARD und ZDF erfolgte unter dem Vorbehalt der nach dem Rundfunkstaatsvertrag erforderlichen Genehmigung durch die Ministerpräsidenten der Länder für eine Beteiligung der beiden Anstalten an europäischen Fernsehprogrammen.

Am 1. Januar 1993 nahm Euronews seinen Sendebetrieb auf. Veranstalter ist die Aktiengesellschaft Euronews Editorial S. A. mit Sitz in Lyon, getragen von elf Rundfunkanstalten bzw. -gesellschaften aus zehn Staaten.[83]) Die Aktiengesellschaft Euronews Management ist zuständig für die Produktion, die Finanzierung und das Marketing von Euronews. Der Sender kann auf das Nachrichtenmaterial der Eurovision, also auf Beiträge von rd. 80 Sendern, die Mitglieder der EBU sind, Zugriff nehmen. Die Nachrichtenfilme müssen somit lediglich neu geschnitten und mit Texten versehen werden. Das Programm wird in fünf Sprachen — Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch — rund um die Uhr gesendet und über den Satelliten EUTELSAT II-F1 ausgestrahlt. Das Budget beträgt 50 Mio. ECU. Davon stellt die EU 3 Mio. ECU und über 50 % stellen die beteiligten EBU-Mitglieder bereit; den Rest bringt Euronews durch Werbung, Sponsoring sowie durch einen Zuschuß Frankreichs auf.

ARD und ZDF sind an Euronews nicht beteiligt, da sie die Finanzierung mittelfristig als nicht gesichert ansehen und auch Zweifel an der Tragfähigkeit des Programmkonzepts haben. Zudem haben die Ministerpräsidenten der Länder die erforderliche Zustimmung nicht erteilt.

III. Internationales Urheberrecht

Die Grundlagen des internationalen Urheberrechts hat bereits der Medienbericht 1985 dargestellt.

1 Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)

Im Rahmen der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) haben die Mitglieder im Berichtszeitraum den Vertrag über die internationale Eintragung audiovisueller Werke (Filmregistervertrag) ausge-

[83]) Frankreich (France 2, France 3), Spanien (RTVE), Italien (RAI), Belgien (RTBF), Ägypten (ERTU), Finnland (YLE), Griechenland (ERT), Monaco (TMC), Zypern (CyBC), Portugal (RTP).

handelt und auf einer diplomatischen Konferenz in Genf am 18. April 1989 angenommen. Der Vertrag ist seit 1991 in Kraft; Vertragspartner sind derzeit acht Staaten, zu denen die Bundesrepublik Deutschland nicht gehört. Der Vertrag sieht ein Registrierungssystem für audiovisuelle Werke, insbesondere Filme, zu dem Zweck vor, die Rechtssicherheit bei Geschäften audiovisuelle Werke betreffend zu erhöhen und den Kampf gegen die Herstellung von Raubkopien solcher Werke bzw. von darin enthaltenen Beiträgen zu unterstützen.

Seit 1991 beraten im Rahmen der WIPO Regierungssachverständige in Ausschüssen über eine Revision der „Revidierten Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst" (RBÜ), der inzwischen rd. 100 Staaten angehören. Dabei geht es vor allem um die Anpassung dieses weltweit bedeutendsten Urheberrechtsabkommens an die moderne technologische Entwicklung. So stehen insbesondere der Urheberschutz von Computerprogrammen und Datenbanken sowie sonstige Auswirkungen der neuen digitalen Technologien auf die traditionellen Regeln für den Schutz von Werken und Darbietungen im musikalischen und audiovisuellen Bereich zur Debatte. Es geht auch um eine Verstärkung der Leistungsschutzrechte der Tonträgerhersteller und der ausübenden Künstler, die ggf. in einem von der RBÜ getrennten völkerrechtlichen Instrument zu verankern wären. Die Beratungen werden voraussichtlich noch längere Zeit in Anspruch nehmen.

2 Europarat

Das Ministerkomitee des Europarats hat am 18. Januar 1988 eine Empfehlung über Maßnahmen zur Bekämpfung der Piraterie auf dem Gebiet des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte angenommen. Diese Empfehlung legt den Mitgliedstaaten nahe, die ausschließlichen urheberrechtlichen Befugnisse zu stärken, ausreichende Rechtsbehelfe und Sanktionen zivil- und strafrechtlicher Art gegen Rechtsverletzungen bereitzustellen sowie die Zusammenarbeit nicht nur zwischen den Mitgliedstaaten, sondern auch zwischen Stellen der öffentlichen Verwaltung und Organisationen der Rechteinhaber zu fördern.[84]) Die in Deutschland im Berichtszeitraum eingetretenen Änderungen des Urheberrechtsgesetzes tragen u. a. auch dieser Empfehlung Rechnung.

Seit 1993 berät der Europarat über ein Rechtsinstrument zur Bekämpfung der Tonträgerpiraterie und der audiovisuellen Piraterie. Dabei ist in erster Linie an eine Fortschreibung und Spezifizierung der oben erwähnten Empfehlung von 1988 gedacht. Der inhaltliche Schwerpunkt wird voraussichtlich auf Maßnahmen der effektiven Rechtedurchsetzung liegen. In diese Überlegungen will man auch den Schutz verschlüsselter Fernsehsendungen einbeziehen. Im April 1994 hat das Ministerkomitee eine Empfehlung angenommen, die darauf abzielt, das Bewußtsein für das Urheberrecht in der Öffentlichkeit zu stärken und in Lehre und Unterricht zur Geltung zu bringen.

[84]) Rec. R (88) 2.

In Ergänzung des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen (FsÜ) hat sich der Europarat vorgenommen, ein Übereinkommen zur Klärung urheberrechtlicher Fragen des grenzüberschreitenden Satellitenrundfunks zu formulieren. Dieses Übereinkommen, erstellt in Anlehnung an die Richtlinie 83/93/EWG[85]), ist vom Ministerkomitee am 16. Februar 1994 angenommen worden.

3 EG/EU

Die EG-Kommission hat im Jahr 1988 ein „Grünbuch über das Urheberrecht und die technologische Herausforderung"[86]) vorgelegt. Hierin wird die Position vertreten, die zunehmende Bedeutung des Schutzes des geistigen Eigentums mache sowohl einen wirksamen Schutz gegen die unerlaubte Aneignung fremden Eigentums durch nichtgenehmigte Nachahmung als auch die Angleichung der Urheberrechtssysteme in der Gemeinschaft besonders dringlich, da bestehende Unterschiede der einzelstaatlichen Vorschriften das Funktionieren des Gemeinsamen Marktes beeinträchtigen könnten. Schwerpunktbereiche, in denen man sofort reagieren müsse, seien die Piraterie, die Vervielfältigung audiovisueller Werke für private Zwecke, die Verbreitung und Vermietung von Vervielfältigungsstücken sowie der Schutz von Computerprogrammen und von Datenbanken.

Die Bundesregierung hat die Initiative der EG-Kommission für eine Angleichung des Urheberrechts in den Mitgliedstaaten grundsätzlich begrüßt, aber in Übereinstimmung mit den interessierten Fachkreisen und Verbänden in Deutschland und mit anderen Regierungen Kontinentaleuropas darauf hingewirkt, eine nicht nur industrie-, sondern auch kulturpolitisch ausgerichtete und die Interessen der im Sinne des Urheberrechts schöpferisch tätigen Menschen stärker berücksichtigende Auswahl der Harmonisierungsschwerpunkte zu treffen. Die EG-Kommission hat diesem Anliegen Rechnung getragen und das revidierte Harmonisierungsprogramm sodann ab 1989 nach und nach mit Vorschlägen für entsprechende Richtlinien in die Tat umgesetzt.

Das Harmonisierungsprogramm hat zum Ziel, durch mehrere Richtlinien in Teilschritten eine Rechtsangleichung herbeizuführen, welche diejenigen Unterschiede im Urheberrecht der Mitgliedstaaten beseitigt, die für den freien Warenverkehr und gleiche Wettbewerbsbedingungen in der Gemeinschaft ein Hindernis bilden. Die Richtlinie des Rates vom 14. Mai 1991 über den Rechtsschutz von Computerprogrammen[87]), der erste Harmonisierungsschritt, ist bereits in das deutsche Urheberrechtsgesetz umgesetzt worden.[88]) Die nächste Stufe, die Richtlinie 92/100/EWG des Rates vom 19. November 1992 zum Vermiet- und Verleihrecht sowie zu bestimmten, dem Urheberrecht verwandten Schutzrechten im Bereich

[85]) Siehe dazu folgendes Kapitel G.III.3.
[86]) Dok. KOM (88) 172 endg.
[87]) ABl. EG, Nr. L 122 vom 17. Juli 1991, S. 42.
[88]) Näheres dazu vgl. Kapitel D.V.2.

des geistigen Eigentums[89]), dient vor allem der Angleichung der verwandten Schutzrechte der ausübenden Künstler, Tonträgerhersteller, Filmhersteller und Sendeunternehmen in der Gemeinschaft. Sie begründet aber auch ein für Deutschland neues ausschließliches Recht der urheberrechtlichen Rechteinhaber, die gewerbliche Vermietung von Tonträgern, Videokassetten und anderen geschützten Gegenständen, die durch Veräußerung in Verkehr gebracht worden sind, zu verbieten oder Beschränkungen zu unterwerfen. Diese Richtlinie ist bis zum 1. Juli 1994 in deutsches Recht umzusetzen.

Am 27. September 1993 hat die Kommission die Richtlinie 93/83/EWG zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung[90]) verabschiedet. Ihre Regelungen sollen den Kultur- und Informationsaustausch bei der innergemeinschaftliche Grenzen überschreitenden Verbreitung von Rundfunkprogrammen durch Vereinfachung der wesentlichen urheberrechtlichen Bestimmungen erleichtern. Die Richtlinie ist bis zum 1. Januar 1995 in deutsches Recht umzusetzen. Eine Richtlinie zur Harmonisierung der Schutzdauer des Urheberrechts und bestimmter verwandter Schutzrechte (93/98/EWG) hat der Rat der EG am 29. Oktober 1993 beschlossen.[91]) Diese bisher wichtigste urheberrechtliche Harmonisierungsrichtlinie ist bis zum 1. Juli 1995 in deutsches Recht umzusetzen.

Die seit 1992 im Rat anhängigen Verhandlungen über den Rechtsschutz von Datenbanken finden seit Oktober 1993 auf der Grundlage des geänderten Richtlinienvorschlags der Kommission[92]) statt. Für diese Verhandlungen ist ein zäher weiterer Verlauf zu erwarten.

In einem 1991 vorgelegten Arbeitsprogramm hat die EG-Kommission weitere Vorhaben zur Harmonisierung des Urheberrechts angekündigt, insbesondere für den Bereich der privaten Vervielfältigung auf Tonträger und audiovisuelle Träger. Dazu liegen jedoch noch keine Regelungsvorschläge vor.

Der bisherige Verlauf der Harmonisierung des Urheberrechts läßt im Gegensatz zu früheren Konzeptionen der EG-Kommission erwarten, daß sie insgesamt ausgewogene, die Interessen der kreativen Berufsgruppen angemessen berücksichtigende Lösungen entwickelt. Von einem vorwiegend industriepolitischen Ansatz, den man dem ersten Grünbuch der EG-Kommission zum Urheberrecht von 1988 angelastet hat, kann jedenfalls nicht mehr die Rede sein.

[89]) ABl. EG, Nr. L 346 vom 27. November 1992, S. 61.
[90]) ABl. EG, Nr. L 248 vom 6. Oktober 1993, S. 15.
[91]) ABl. EG, Nr. L 290 vom 24. November 1993, S. 9.
[92]) Dok. KOM (93) 464.

IV. Diskussion über Medienkonzentration auf europäischer Ebene

1 Europarat

Bereits die zweite Europäische Medienministerkonferenz[93]) hat das Augenmerk des Ministerkomitees des Europarats auf die Fragen gelenkt, die sich aus einer zunehmenden Medienkonzentration in Europa ergeben können. Die dritte Medienministerkonferenz[94]) hat das Thema wieder aufgegriffen und die zuständigen Gremien des Europarates beauftragt, dem Schutz des Pluralismus und den Folgen der Medienkonzentration besondere Beachtung zu schenken und ggf. Lösungen für Probleme in diesem Bereich auszuarbeiten.

Der Lenkungsausschuß Massenmedien (CDMM) hat daraufhin eine Expertengruppe eingesetzt, die unter aktiver Mitarbeit der Bundesrepublik Deutschland alle Aspekte der Medienkonzentration und der Sicherung des Pluralismus erörtert hat. In Vorbereitung der vierten Medienministerkonferenz im Dezember 1994 in Prag werden derzeit Grundsätze als mögliche Leitlinien nationaler Gesetzgebung erarbeitet, um die Einflußverhältnisse in den Medien transparent zu machen.

2 EG/EU

Die EG-Kommission hat am 23. Dezember 1992 unter dem Titel „Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt — Bewertung der Notwendigkeit einer Gemeinschaftsaktion" ein Grünbuch vorgelegt.[95]) Dieses Grünbuch enthält noch keinen ausformulierten Vorschlag für ein Vorgehen der Gemeinschaft; es beschränkt sich vielmehr zunächst darauf, die Medienkonzentration als Phänomen zu beschreiben und die verschiedenen Regelungen der Mitgliedstaaten zur Verhinderung von Konzentrationsprozessen im Medienbereich zu dokumentieren.

Aus der Unterschiedlichkeit der nationalen Regelungen folgert die Kommission, es könne zu Wettbewerbsverzerrungen und zu Beschränkungen der Dienstleistungs- und der Niederlassungsfreiheit kommen, die im Gegensatz zu den Zielen des Gemeinsamen Marktes stünden und damit einen Harmonisierungsbedarf auslösen könnten.

Das Grünbuch bietet auf dieser Basis drei Optionen für das weitere Verhalten der Gemeinschaft:
Option I: Die Gemeinschaft verzichtet auf ein Tätigwerden in diesem Bereich, weil sie es nicht für erforderlich hält.

Option II: Die Gemeinschaft beschränkt ihr Tätigwerden auf eine Aktion, um die Medienkonzentration transparent zu machen.

Option III: Die Gemeinschaft ergreift konkrete, noch näher zu definierende Maßnahmen, um Antikonzen-

[93]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.7.5.2.
[94]) Vgl. hierzu Kapitel G.II.7.5.3.
[95]) Dok. KOM (92) 480 endg.

trationsregelungen durch eine Verordnung oder eine Richtlinie zu harmonisieren, ggf. in Verknüpfung mit der Errichtung eines unabhängigen Ausschusses für diese Fragen.

Eine von der Kommission im April 1993 organisierte erste Anhörung der Berufsverbände offenbarte zwar bei der Mehrheit der beteiligten Organisationen eine Präferenz für die Option I, führte allerdings nicht zu einem einheitlichen Meinungsbild.

Der Bundesrat hat am 7. Mai 1993 eine Stellungnahme verabschiedet[96]), die eine Kompetenz der EU für ein Tätigwerden im Bereich der Medienkonzentration verneint, die Bedeutung einer Sicherung der Meinungsvielfalt auf nationaler Ebene unterstreicht und die Bundesregierung auffordert, sich für die Option I einzusetzen.

Die Bundesregierung hält eine Aktion im Sinne der von der Kommission vorgeschlagenen Optionen II oder III derzeit nicht für erforderlich. Sie hat in einer Stellungnahme gegenüber der Kommission daher für Option I votiert. Zugleich hat sie darauf hingewiesen, daß sie der Auslegung des Begriffes „Pluralismus" durch die Kommission als „Konzept zur Begrenzung der Meinungsfreiheit" nicht beipflichtet, und sie hat angesichts der kulturellen und sprachlichen Fragmentierung der Medienmärkte in Europa Zweifel an der Existenz eines Gemeinsamen Binnenmarktes in diesem Sektor angemeldet.

Das Europäische Parlament hat die Kommission mit Nachdruck zu einer Aktion im Sinne von Option III aufgefordert. Wie die Kommission erkennen ließ, erwägt sie, einen Richtlinienvorschlag vorzulegen, nachdem sie erneut alle Beteiligten zum möglichen Inhalt einer europäischen Regelung angehört hat.

V. Audiovisuelles EUREKA

Auf Initiative des Präsidenten der Französischen Republik und auf der Basis von Schlußfolgerungen des Europäischen Rates vom Dezember 1988 haben 26 europäische Staaten, die Europäische Gemeinschaft und der Europarat am 2. Oktober 1989 in Paris mit einer gemeinsamen Erklärung das Audiovisuelle EUREKA[97]) gegründet. Die Zahl der teilnehmenden Staaten aus West-, Mittel- und Osteuropa hat sich unterdessen auf 32 erhöht.[98]) Das Audiovisuelle EUREKA soll einen festen Rahmen für die Zusammenarbeit der beteiligten Regierungen und Institutionen im Bereich Film und Fernsehen schaffen, um die traditionelle Fragmentierung des europäischen Medienmarktes zu überwinden, sein Potential zu mobilisieren und den Unternehmen und Organisationen der Film- und Fernsehwirtschaft beim Aufbau grenzüberschreitender Strukturen zu helfen.

Die Organisation des Audiovisuellen EUREKA besteht aus

- dem Ausschuß der Vertreter der Regierungen, den sog. nationalen Koordinatoren,
- dem Sekretariat in Brüssel,
- der Europäischen Informationsstelle in Straßburg.

Die wesentlichen Aufgaben sind:

- Hilfe bei der Verwirklichung von konkreten Projekten der grenzüberschreitenden audiovisuellen Zusammenarbeit und Verleihung des Prädikats „Projekt des Audiovisuellen EUREKA";
- gegenseitige Information und Konsultation über die rechtlichen und technischen Rahmenbedingungen für die audiovisuelle Industrie und Erarbeitung von Empfehlungen zur Verbesserung der Strukturen und allgemeinen Bedingungen des audiovisuellen Marktes;
- Verbesserung der Informationssituation und des Informationsaustausches innerhalb der audiovisuellen Industrie und Förderung von mehr Markttransparenz.

Bis Ende April 1994 hatten 89 Projekte das Prädikat des Audiovisuellen EUREKA erhalten, schwerpunktmäßig im Bereich der Ausbildung, des Aufbaus langfristiger Koproduktions- und Vertriebsbeziehungen und der Nutzung neuer Produktionstechniken. Da das Audiovisuelle EUREKA kein Fonds ist, sind mit dem Prädikat „Projekt des Audiovisuellen EUREKA" keine europäischen Subventionen verbunden. Einige Mitgliedstaaten haben in begrenztem Umfang für EUREKA-Projekte nationale Fördermittel vorgesehen, die Mehrzahl, darunter die Bundesrepublik Deutschland, nicht. Das Audiovisuelle EUREKA bietet Beratung und Hilfe bei der Entwicklung und Finanzierung von Projekten und der Suche nach Projektpartnern sowie Betreuung fertiger Projekte durch öffentliche Präsentation und Information.

Bei den rechtlichen und technischen Rahmenbedingungen hat sich das Audiovisuelle EUREKA bisher intensiv mit europäischen Urheberrechtsfragen und dem Einsatz neuer Technologien, insbesondere für die Fernsehproduktion und -verbreitung, befaßt. Ein besonderer Schwerpunkt war darüber hinaus während des deutschen Vorsitzes im Ausschuß der Koordinatoren (vom 1. Juli 1992 bis zum 30. Juni 1993) die Zusammenarbeit zwischen Westeuropa und Mittel- bzw. Osteuropa.

Die Europäische Informationsstelle für Audiovisuelle Medien hat am 1. Juli 1993 ihre Arbeit aufgenommen. Sie soll Informationen in den Bereichen Recht, Wirtschaft und in praktischen Fragen sammeln und bearbeiten, die vielfältigen Informationsanbieter und Informationsquellen in Europa katalogisieren und Anfragen aus der Wirtschaft weiterleiten. Ergänzend arbeitet man daran, auf vertraglicher Basis ein europäisches Netzwerk von 12 bis 15 Partnerinstitutionen im Bereich audiovisuelle Informationen einzurichten.

Nach Abschluß einer dreijährigen Pilotphase wird der Ausschuß der Koordinatoren die erzielten Ergebnisse bewerten und Empfehlungen für die Ausgestaltung der Weiterarbeit vorlegen.

---

[96]) BR-Drs. 77/93.

[97]) Vorbild für das Audiovisuelle EUREKA war das europäische Kooperationsprojekt EUREKA, das die Kräfte europäischer Unternehmen im Hochtechnologiesektor bündeln sollte.

[98]) Die Mitgliedstaaten sind: D, A, B, CY, DK, E, SF, F, GR, U, IRL, ISL, IT, LIE, L, M, SLOVE, N, P, PL, NL, UK, S, CH, TR, RUS, BG, R, EE, LT, LV sowie die EU, der Europarat, das Europäisches Observatorium; Beobachter: TCH (Stand: September 1993).

Die Mitgliedstaaten haben auf einer Ministerkonferenz am 12. Juni 1992 in Helsinki beschlossen, das Audiovisuelle EUREKA 1994 einer generellen Bewertung zu unterziehen.

VI. Bilaterale Medienbeziehungen

1 Medienpolitische Konsultationen

Um der wachsenden Bedeutung der audiovisuellen Medien auch für die bilateralen Beziehungen gerecht zu werden, setzt sich die Bundesregierung für eine Intensivierung des Meinungsaustausches mit Medienexperten aus den Nachbarländern ein. Ausdruck dieser Bemühungen sind insbesondere die medienpolitischen Konsultationen, die regelmäßig mit Frankreich, der Schweiz und Österreich stattfinden.

Ziele dieser Konsultationen sind:
- gegenseitige Unterrichtung über aktuelle medienpolitische Entwicklungen;
- Erarbeitung gemeinsamer Positionen für internationale Gremien der Medienpolitik;
- Entwicklung gemeinsamer medienpolitischer Projekte;
- Klärung bilateraler Problemfälle.

Die deutsche Delegation setzt sich aus Vertretern des Bundes, der Länder und der Rundfunkveranstalter zusammen.

2 Europäischer Fernsehkulturkanal ARTE

Am 4. November 1988 veröffentlichten der damalige französische Kulturminister Jacques Lang sowie der damals für die kulturellen Beziehungen zu Frankreich zuständige Ministerpräsident Lothar Späth eine gemeinsame Erklärung, in der sie den Willen bekundeten, die Möglichkeiten zur Schaffung eines gemeinsamen Fernsehkulturkanals zügig zu prüfen. Diese deutsch-französische Initiative wurde von der Bundesregierung begrüßt und unterstützt.

Der am 2. Oktober 1990 zwischen Frankreich und den elf alten Bundesländern geschlossene Staatsvertrag zum Europäischen Fernsehkulturkanal (EKK) regelt die medienrechtlichen Rahmenbedingungen für das gemeinsame Projekt.[9a]) Er garantiert die Unabhängigkeit des Senders von staatlichen Eingriffen sowie die Programmfreiheit der Veranstalter, also Prinzipien des deutschen Medienrechtes. Der Sender selbst, der den Namen „ARTE — Der Europäische Kulturkanal" trägt, wurde am 30. April 1991 mit der Unterzeichnung des Gesellschaftsvertrages zwischen ARD und ZDF auf der einen sowie dem französischen Kulturkanal La Sept auf der anderen Seite gegründet. Den Sendebetrieb hat ARTE am 30. Mai 1992 aufgenommen.

[9a]) Z. B. Gesetz über die Zustimmung zum Staatsvertrag zum Europäischen Fernsehkulturkanal (EKK) vom 17. April 1991. In: Amtsbl. des Saarlandes vom 27. Juni 1991, S. 698.

ARTE soll nach dem Willen seiner Gründer ein europäisches Fernsehprogramm mit kultureller Perspektive sein. Ziel ist es, den kulturellen Reichtum Europas aus verschiedenen Blickwinkeln zu zeigen. Dabei erprobt die Redaktion auch alternative Formen der Programmgestaltung (z. B. den sog. Themenabend). Auch wenn ARTE als deutsch-französische Initiative begann, so steht anderen europäischen Sendern ein Beitritt offen. Der französischsprachige belgische Sender RTBF hat mit Arte am 4. Februar 1993 einen Kooperationsvertrag geschlossen.

In Frankreich wird ARTE terrestrisch verbreitet, in Deutschland ist das Kulturprogramm vor allem über das Kabelnetz zu empfangen. Der deutsche Anteil am Gesamtetat wird aus der Rundfunkgebühr finanziert. Die deutschen Zuschauer zahlen für ARTE 0,75 DM pro angemeldetem Gerät.

Die Erstellung eines gemeinsamen Fernsehprogramms für Deutsche und Franzosen ist eine schwierige, aber auch reizvolle Herausforderung für die verantwortlichen Rundfunkanstalten: ARTE bietet eine einzigartige Chance für beide Völker, die benachbarte Nation besser kennenzulernen, und fördert so das gegenseitige Verständnis. Die Bundesregierung hält ARTE deshalb für ein wichtiges Element der deutsch-französischen Freundschaft und unterstützt dieses gemeinsame Projekt im Rahmen ihrer Möglichkeiten.

3 Filmabkommen

Die Bundesrepublik Deutschland hat mit einer Reihe europäischer und außereuropäischer Länder bilaterale Abkommen über die Gemeinschaftsproduktion von Filmen abgeschlossen. Es sind Regierungsvereinbarungen mit Regelungen über die gegenseitigen filmwirtschaftlichen Beziehungen.

Wesentlicher Inhalt der Abkommen ist, daß Filme, die Produzenten beider Vertragsparteien in Gemeinschaftsproduktion entsprechend den Abkommensbestimmungen hergestellt haben, als nationale Filme zu behandeln sind. In den meisten Abkommen werden die Bedingungen für Gemeinschaftsproduktionen über die gesetzlichen Bestimmungen (§ 17 FFG) hinaus erleichtert. In einigen Abkommen ist auch der Absatz von Filmen aus der Gemeinschaftsproduktion und von nationalen Produktionen des Partnerlandes vorgesehen.

Die bilateralen Abkommen sehen i. d. R. auch Konsultationen in regelmäßigen Abständen vor. Diese Beratungen finden in Gemischten Kommissionen aus Vertretern der Regierungen und der Fachkreise statt, um die Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Filmwirtschaft zwischen den beteiligten Staaten zu intensivieren und zu fördern.

Die Bundesrepublik Deutschland hat mit folgenden Ländern bilaterale Filmabkommen getroffen: Belgien, Brasilien, Frankreich, Großbritannien und Nordirland, Israel, Italien, Jugoslawien, Kanada, Österreich, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien.

Mit Ungarn und mit der russischen Regierung werden derzeit Gespräche über den Abschluß eines Filmabkommens geführt.

VII. Medien in der Dritten Welt

Förderungsziel der deutschen Medienhilfe ist die Verbesserung der Kommunikationsstrukturen der Entwicklungsländer. Es geht darum, einen Beitrag zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung und zur Demokratisierung der Länder sowie zum Abbau des Nord-Süd-Informationsgefälles zu leisten.

Dabei ist zu berücksichtigen, daß die Medien in vielen Entwicklungsländern sehr unterschiedlich verfaßt und bisher überwiegend staatsnäher sind als in den westlichen Industrieländern. Vor allem in afrikanischen Staaten haben tiefgreifende Umstrukturierungen im Hinblick auf Privatisierung und Freiheit von Medien und Meinungsäußerung begonnen, die die Bundesregierung fördern will.

Die Medienförderung der Bundesrepublik Deutschland für Entwicklungsländer hat ein jährliches Volumen von rd. 67 Mio. DM (Istausgaben 1992). Die wichtigsten Förderungsarten sind:

- Politikberatung bei der Etablierung demokratischer Medienstrukturen und entsprechender institutioneller Rahmenbedingungen;
- Lieferung und Aufbau technischer Einrichtungen wie Sender, Studios, Druckereien;
- Entsendung von deutschen Fachkräften als Gutachter, als Berater beim technischen Aufbau, bei der Programmgestaltung und -organisation, beim Management sowie als Ausbilder;
- berufliche Aus- und Fortbildung von einheimischem technischen und redaktionellen Personal sowohl in den Entwicklungsländern selbst als auch in der Bundesrepublik Deutschland.

Durch eine verstärkte Aus- und Fortbildung im Bereich der Programmgestaltung strebt man an, eine bessere Nutzung der Medien für den Bereich der Bildung im weiteren Sinne zu erreichen.

Die Förderung konzentriert sich schwerpunktmäßig auf den Hörfunk, da er bei der vorwiegend analphabetischen ländlichen Bevölkerung der Entwicklungsländer die größte Massenwirksamkeit besitzt. An zweiter Stelle bei der Förderung folgt das Fernsehen, das sich jetzt auch über die städtischen Zentren der Entwicklungsländer hinaus verbreitet. Einen weiteren Schwerpunkt bildet das Nachrichtenwesen, das vorwiegend über das IPDC der UNESCO gefördert wird.

In diesem Zusammenhang unterstützt die Bundesregierung die Ausbildung von Fachkräften in den Bereichen Hörfunk, Fernsehen und Presse. An Ausbildungsmaßnahmen der Deutschen Welle (DW), gefördert mit Bundesmitteln, nahmen 1993 436 Rundfunkfachleute aus der Dritten Welt teil.

Fernsehfachkräfte aus den Entwicklungsländern werden im Rahmen des Ausbildungsprogramms des SFB fortgebildet; im Jahre 1993 waren es 263 Personen.

Die Ausbildung von Pressejournalisten aus Dritte-Welt-Staaten wird vom Internationalen Institut für Journalismus (IIJ) in Berlin organisiert. 1993 erhielten 85 Teilnehmer durch das IIJ eine Aus- bzw. Fortbildung.

Ein starkes Engagement im Bereich der Medienförderung haben auch die politischen Stiftungen bewiesen. Eine wichtige Funktion in der Medienhilfe kommt außerdem den Transkriptionsdiensten „TransTel“, „e te s“ sowie der DW zu, die vorzugsweise Dritte-Welt-Ländern Fernseh- und Hörfunkprogramme zur Verfügung stellen.

VIII. Hilfe im Medienbereich für MOE- und NUS-Staaten

Nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Gesellschafts- und Wirtschaftssystems besteht in den Reformstaaten Mittel- und Osteuropas (MOE) sowie den Nachfolgestaaten der früheren Sowjetunion (NUS) großer Bedarf an Hilfe beim Aufbau demokratischer Strukturen und somit auch pluralistischer Medien.

Die Bundesregierung unterstützt die Reformstaaten dabei und in deren Teilnahme am freien grenzüberschreitenden Informationsfluß. Sie hat die dafür erforderlichen Instrumente geschaffen und Bereiche definiert, die vorrangig zu fördern sind. Ansatzpunkte einer so verstandenen „Lebenshilfe“ für Rundfunk- und Fernsehanstalten in den Reformstaaten liegen in den Bereichen Beratung, technische Ausrüstung, Ausbildung und Programmhilfe.

Die Aktivitäten der Ressorts und der Mittlerorganisationen werden fortlaufend koordiniert und neuen Erfordernissen angepaßt. Die öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Rundfunkanstalten, Stiftungen und Verbände wirken in einer Koordinierungsgruppe unter der Federführung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung daran mit.

Ein Schwerpunkt der Förderung wird mittelfristig auf Maßnahmen liegen, die geeignet sind, fachliche Kenntnisse auf den Gebieten der Technik, der Programmredaktion und -produktion, vor allem bei den audiovisuellen Medien, zu vermitteln. Dies geschieht durch Fortbildungsseminare, Praktika, Hospitanzen und Beratung.

In begrenztem Umfang arbeitet man daran, durch technische Unterstützung beim Ausbau der Sende- und Kommunikationstechnik wichtige Voraussetzungen für den Neuaufbau oder die Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit von Rundfunkanstalten und anderen Medieneinrichtungen zu schaffen.

Im Rahmen von Rebroadcasting-Vereinbarungen der DW mit interessierten Sendern werden Satellitenanlagen zum Empfang und zur Weiterverbreitung von DW-Programmen zur Verfügung gestellt.

Der Nachfrage nach deutschen Programmen, insbesondere nach Fernsehprogrammen und anderem Sendematerial, wird in Einzelfällen durch finanzielle Förderung bei der Herstellung, dem Erwerb und dem Vertrieb solcher Programme Rechnung getragen.

Darüber hinaus unterstützt die Bundesregierung Dreharbeiten von Fernsehanstalten der Reformstaaten in Deutschland zur Herstellung von Sendungen über Deutschland.

Der stärkeren Verbreitung von Informationen über Deutschland dient auch die Versorgung der Medien in den Reformstaaten mit Agenturmaterial sowie die Herstellung und Verbreitung von Periodika.

H. Ausblick

Der vorgelegte Bericht macht — wie sein Vorgänger — erneut deutlich, daß die technische Entwicklung im Bereich von Information und Kommunikation und die zunehmende Internationalisierung des Mediensektors sowohl in wirtschaftlicher als auch in politischer Hinsicht immer stärkere Auswirkungen auf die nationale Medienordnung und auf die wirtschaftliche Entwicklung der einzelnen Medienunternehmen haben. Hinzu kommt die ständig wachsende Bedeutung der Medien als Wirtschaftsfaktor. Deshalb wird die Medienpolitik neben ihren bisherigen Aufgaben, die Unabhängigkeit von Presse und Rundfunk zu garantieren und Meinungsfreiheit und Meinungspluralismus zu sichern und zu fördern, national wie international zunehmend auch von wirtschafts-, beschäftigungs- und standortpolitischen Überlegungen getragen.

Um der damit verbundenen wachsenden Herausforderung an die nationale Medienpolitik zu begegnen, hält es die Bundesregierung für dringend geboten, angesichts der unterschiedlichen Kompetenzzuweisungen im Grundgesetz zu einer möglichst umfassenden Kooperation zwischen Bund und Ländern auf diesem Gebiet zu kommen und sich über medienpolitische Leitlinien und Grundsätze zu verständigen, die dann auch Grundlage für die Haltung der Bundesrepublik Deutschland in europäischen und internationalen Gremien sein könnten. Die durch Art. 23 GG erweiterten Mitwirkungsrechte der Länder setzen dabei voraus, daß diese gesamtstaatliche Interessen und Aspekte einer nationalen Medienpolitik mit berücksichtigen.

Die Bundesregierung hatte schon in ihrem letzten Medienbericht 1985 zu einer besseren Zusammenarbeit aufgerufen und beobachtet nunmehr mit Sorge, daß sich die damals geäußerten Befürchtungen zunehmend konkretisieren. Eine aufgesplitterte nationale Medienordnung und -gesetzgebung, in der nicht nur Bund und Länder unterschiedliche und möglicherweise sogar gegenläufige medienpolitische Zielvorstellungen verfolgen, sondern teilweise auch die Länder voneinander abweichende Konzepte vertreten, birgt eine große Gefahr in sich: Die künftige Entwicklung der Medien in Deutschland könnte immer stärker allein durch die technischen Möglichkeiten, wirtschaftlichen Zwänge und Entscheidungen und Vorgaben internationaler und europäischer Gremien bestimmt werden. Damit würde eine zielgerichtete nationale Medienpolitik, die sich an der von der Verfassung vorgesehenen Aufgabe von Presse und Rundfunk in einem freiheitlich demokratischen Staatswesen orientiert, immer schwieriger.

Der technische Fortschritt wird auch künftig zu immer neuen Formen der Kommunikation führen und somit auch weiterhin die Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland beeinflussen. Dabei wird es zu einer fortschreitenden Verwischung der Grenzen zwischen Individualkommunikation und Massenkommunikation kommen. Ein wichtiges Beispiel bildet der rasche Ausbau der Datenbanken bzw. elektronischen Informationsdienste, die sich infrastrukturell mit der Massenkommunikation verflechten, aber funktional der Individualkommunikation zuzurechnen sind. Solche Trends werden es erforderlich machen, den Begriff des Rundfunks, der auch Grundlage der Kompetenzabgrenzung zwischen Bund und Ländern ist, neu zu überdenken.

Die fortschreitende Konzentration bei den Medien bleibt weiterhin auf nationaler wie europäischer Ebene ein wichtiges Aufgabenfeld. Die Bundesregierung hatte bereits in ihrer Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion der SPD im Deutschen Bundestag („Konzenrationserscheinungen bei elektronischen Medien") vom 24. März 1993[1]) darauf hingewiesen, daß sie Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt grundsätzlich für gesichert hält und derzeit keinen aktuellen Handlungsbedarf sieht, die weitere Entwicklung aber aufmerksam verfolgen wird. Hierbei wird auch die Frage eine wichtige Rolle spielen, ob und in welchem Ausmaß wirtschaftliche Konzentrationsprozesse den publizistischen Pluralismus beschränken oder ob wirtschaftlich starke Medienunternehmen die Unabhängigkeit von Presse und Rundfunk stärken und so zum Erhalt größtmöglicher Meinungsvielfalt beitragen.

Die Bundesregierung hat in dem vorgelegten Bericht deutlich ihre Sorge über die zunehmende Darstellung von Gewalt und Pornographie in den Medien und die davon ausgehenden negativen Einflüsse zum Ausdruck gebracht. Diese Thematik erfordert auch in Zukunft große Aufmerksamkeit, gerade auch im Hinblick auf die sich rasch wandelnden technischen Möglichkeiten. Nicht hinzunehmen ist, daß erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten und neue Techniken dazu genutzt werden, Jugendschutzvorschriften zu umgehen, Gewalt und Pornographie zu verbreiten oder mit rechts- und linksradikalem Gedankengut die freiheitlich demokratische Grundordnung zu bekämpfen.

Entscheidend für die künftige Entwicklung der Medien wird deswegen auch sein, wie diese selbst die ihnen vom Grundgesetz garantierten Freiheiten ausfüllen und der mit ihnen verbundenen Verantwortung gerecht werden. Presse- und Rundfunkfreiheit sind nach ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts dienende Freiheiten, die der Freiheit der Meinungsbildung in ihren subjektiv- und objektivrechtlichen Elementen dienen sollen. Aufgabe der Medien ist es, umfassend zu informieren und als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung die Meinungsbildung zu fördern. Zugleich

[1]) BT-Drs. 12/4622 (neu).

sind sie ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung. Freiheit und Verantwortung der Medien sind untrennbar mit dieser Funktion in einem demokratischen Staatswesen verbunden.

Der Gesetzgeber ist von Verfassungs wegen verpflichtet, zu gewährleisten, daß Presse und Rundfunk diese Funktion erfüllen können. Dieser Pflicht wird er sich auch künftig stellen.

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 53113 Bonn
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon: 02 28/3 82 08 40, Telefax: 02 28/3 82 08 44
ISSN 0722-8333